

Jani Leikas

RAVINTOLA TALLIN  
KOKKAUSILLAT OSANA  
OPISKELIJOIDEN HYVINVOINTIA  
MIKKELIN  
AMMATTIKORKEAKOULUSSA

Opinnäytetyö  
Liiketalouden koulutusohjelma


Joulukuu 2012




**MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU**

Mikkeli University of Applied Sciences

# KUVAILULEHTI

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>		<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b>  10.12.2012
<b>Tekijä(t)</b>  Jani Leikas		<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b>  Liiketalouden koulutusohjelma
<b>Nimeke</b>  Ravintola Tallin kokkausillat osana opiskelijoiden hyvinvointia Mikkelin ammattikorkeakoulussa		
<b>Tiivistelmä</b>  <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millaisia kokkausilloja Ravintola Tallin tulisi järjestää Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Toisena selvityksen kohteena oli opiskelijoiden viihtyvyys ja hyvinvointi Mikkelin ammattikorkeakoulun Kasarmin kampuksella. Tutkimusongelmana oli siis määrittää, millaisia kokkausilloja Ravintola Tallin pitäisi järjestää opiskelijoille. Toisena ongelmana oli selvittää, miten opiskelijoiden hyvinvointia ja viihtyvyyttä voitaisiin kehittää Kasarmin kampuksella.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltiin viihtyvyyttä ja hyvinvointia sekä palvelun tuotteistamista. Viihtyvyys ja hyvinvointi luvussa tarkasteltiin pedagogista hyvinvointia, vapaa-aikaa hyvinvoinnin tekijänä, opiskelukykyä sekä hyvinvointia Mikkelin ammattikorkeakoulussa. Palvelujen tuotteistus-luvussa käsitellään palvelun ja konkreettisen tuotteen eroja sekä palvelun kehitystä ideasta valmiiksi palvelutuotteeksi.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä oli pääasiassa kvantitatiivinen eli määrällinen. Tutkimus sisälsi myös kvalitatiivisen eli määrällisen kysymyksen. Tutkimus toteutettiin survey-kyselynä Webropol-työkalulla. Kohdejoukkona olivat kaikki Mikkelin ammattikorkeakoulun Kasarmin kampuksen opiskelijat. Linkki kyselyyn lähetettiin opiskelijoiden sähköpostiin. Kysely oli sekä suomen että englannin kielellä, koska Kasarmin kampuksella opiskelee paljon ulkomaalaisia vaihto- ja tutkinto-opiskelijoita. Kyselyyn tuli 98 vastausta suomenkieliseen kyselyyn ja 16 englanninkieliseen kyselyyn.</p>		
<b>Asiasanat (avainsanat)</b>  hyvinvointi, viihtyvyys, tuotteistus		
<b>Sivumäärä</b>  38 + 18	<b>Kieli</b>  Suomi	<b>URN</b>  <a href="http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2012121920142">http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2012121920142</a>
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>		
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b>  Markku Järvinen	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b>  Ravintola Talli	

## DESCRIPTION

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>		<b>Date of the bachelor's thesis</b>  10 December 2012	
<b>Author(s)</b>  Jani Leikas		<b>Degree programme and option</b>  Business Management	
<b>Name of the bachelor's thesis</b>  Cooking nights of Restaurant Talli as a part of student satisfaction			
<b>Abstract</b>  <p>The purpose of this bachelor's thesis was to find out what kind of cooking nights Restaurant Talli should organize to students of Mikkeli University of Applied Sciences. Another thing to solve was how student satisfaction could be improved in Kasarmi campus. The research problem was to find out what kind of cooking nights Restaurant Talli should arrange to students.</p> <p>The theoretical framework of the thesis consists of student satisfaction and welfare and productization. The student satisfaction and welfare chapter consists of pedagogical welfare, free time as part of welfare, learning ability and welfare in Mikkeli University of Applied Sciences. The Productization chapter consists of how an idea becomes a product.</p> <p>The research method was mainly quantitative. The research included also qualitative methods because there were open questions. The data was collected by a survey using Webropol tool. The target group of the research was all the students of Mikkeli University of Applied Sciences.</p>			
<b>Subject headings, (keywords)</b>  welfare, student satisfaction, productization			
<b>Pages</b>  38 + 18	<b>Language</b>  Finnish	<b>URN</b>  <a href="http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2012121920142">http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2012121920142</a>	
<b>Remarks, notes on appendices</b>  			
<b>Tutor</b>  Markku Järvinen		<b>Bachelor's thesis assigned by</b>  Restaurant Talli	

# SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	1
2	OPISKELIJOIDEN VIIHTYVYYS JA HYVINVOINTI .....	2
2.1	Mitä on pedagoginen hyvinvointi?.....	2
2.2	Vapaa-aika hyvinvoinnin tekijänä.....	4
2.3	Opiskelukyky .....	6
2.4	Hyvinvointi Mikkelin ammattikorkeakoulussa.....	8
3	PALVELUN TUOTTEISTAMINEN .....	9
3.1	Mitä on palvelu?.....	9
3.2	Mitä on tuotteistaminen?.....	10
3.3	Miksi ja miten tuotteistaa? .....	12
3.3.1	Ostamisen helpottaminen.....	12
3.3.2	Kilpailemisen lopettaminen .....	14
3.3.3	Tuotteistusprojektin käynnistäminen.....	16
3.4	Tuotteistetun palvelun luominen.....	16
3.4.1	Lupausvaihe .....	17
3.4.2	Lunastusvaihe .....	20
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	22
4.1	Toimeksiantajan esittely.....	22
4.2	Tutkimusmenetelmät.....	23
4.3	Tutkimusaineisto .....	24
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	26
6	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	32
6.1	Johtopäätökset .....	32
6.2	Tutkimuksen reliaabelius ja validius.....	35
7	PÄÄTÄNTÖ .....	36
	LIITTEET	
	1 Suomenkielinen kyselylomake	
	2 Englanninkielinen kyselylomake	
	3 Jakaumataulukot	

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on suorittaa tarvekartoitus ravintola Tallin Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijoille suunnatuille kokkausilloille, ja sen pohjalta tuotteistaa kyseinen tuote. Ravintola Talli on Mikkelin ammattikorkeakoulu Oy:n täysin omistava ravintola, joka sijaitsee vanhassa hevostallissa Mikkelin ammattikorkeakoulun Kasarmin kampuksella.

Opiskelijoilta on tullut kyselyitä kokkausiltojen järjestämisestä. Tämä on hyvä tilaisuus vastata opiskelijoiden toiveisiin ja tarjota heille mahdollisimman hyvin, mitä he tämän asian suhteen haluavat. Ravintola Talli haluaa palvella opiskelijoita mahdollisimman hyvin.

Työni tutkimusongelma on selvittää, millaisia kokkausiltoja Tallissa tulee järjestää. Tähän linkittyy alaongelmina: mikä on sopiva hinta, ajankohta ja sisältö. Lisäksi tavoitteena on selvittää, miten opiskelijoiden viihtyvyyttä ja hyvinvointia voitaisiin parantaa Mikkelin ammattikorkeakoulun Kasarmin kampuksella vapaa-ajan palveluiden avulla.

Koulussa viihtyminen on opiskelujen kannalta tärkeä asia, koska opiskelu sujuu paremmin kun viihtyy. Kokkausillat ovat yksi tapa parantaa opiskelijoiden viihtyvyyttä. Ne tarjoavat mahdollisuuksia sosiaaliseen kanssakäymiseen ja auttavat luomaan yhteenkuuluvuudentunnetta, joka parantaa viihtyvyyttä.

Lisäksi ruoanlaittotaitto on tärkeä taito näin pikaruoka-aikanakin ja sen harjoitteleminen on tärkeää. Kokkausilloissa on tarkoitus valmistaa eri maista peräisin olevia ruokia, joka lisää samalla myös erilaisten kulttuurien tuntemusta.

Opinnäytetyöni viitekehys koostuu kahdesta pääluvusta. Ensimmäisessä pääluvussa käsitellään hyvinvointia ja viihtyvyyttä sekä näihin vaikuttavia asioita. Viitekehysten toisessa pääluvussa tarkastellaan palvelun kehittämistä ja tuotteistusta. Luvussa tarkastellaan, miten palvelu kehittyy ideasta valmiiksi tuotteeksi.

## 2 OPISKELIJOIDEN VIIHTYVYYS JA HYVINVOINTI

Tässä luvussa käsittelen hyvinvointia pedagogiikan ja vapaa-ajan näkökulmista. Lisäksi käsittelen opiskelukykyä, ja sen vaikutusta hyvinvointiin. Viimeisenä asiana tässä luvussa käsittelen hyvinvointia Mikkelin ammattikorkeakoulussa.

Opiskelijoiden ja henkilöstön hyvinvointi on viime aikoina alkanut kiinnostaa aiempaa enemmän myös ammattikorkeakouluissa. Opintojen aikaisella hyvinvoinnilla katsotaan olevan vaikutus opiskelijan opintojen sujuvuuden lisäksi myös opiskelijan valmiuksiin siirtyä työelämään. Pedagoginen hyvinvointi on tutkimusalan varsin uusi, mutta tutkimuksilla on osoitettu, että pedagogisilla tekijöillä, valinnoilla ja päätöksillä on yhteys toimijoiden hyvinvointiin. (Haapala 2011, 121.)

### 2.1 Mitä on pedagoginen hyvinvointi?

Pedagogisen hyvinvoinnin käsitteen määrittely voidaan aloittaa määrittelemällä, mitä tarkoittavat pedagogiikka ja hyvinvointi omina erillisinä käsitteinään. Sanan pedagogiikka alkuperä on kreikankielisessä sanassa *paidagogos*, joka tarkoittaa poikien ohjaajaa ja kasvattajaa. Nykykielessä sille löytyy monenlaisia määritelmiä. Pedagogiikan voidaan katsoa tarkoittavan kokonaisuutena sekä opettajan näkemyksellisen ajattelun että käytännön toiminnan. Pedagogiikalla voidaan tarkoittaa myös kasvatusta tai opetusalan tutkimusta tai opetusta. (Meriläinen ym. 2008, 7–8.)

Hyvinvointi-käsitteen määrittelyä ei ole aivan yksiselitteistä. Perinteisesti sillä on tarkoitettu ihmisen sosiaalisen, henkisen ja fyysisen hyvinvoinnin kokonaisuutta. miten hyvinvointi sitten ilmenee? Laajasti ottaen hyvinvointi ilmenee onnellisuutena, positiivisuutena ja tyytyväisyytenä. (Meriläinen ym. 2008, 7–8.)

Meriläisen ym. (2008, 8) mukaan hyvinvoinnin edellytyksenä on sellainen toimintakyky, jonka avulla henkilön on mahdollista osallistua yhteisönsä mielekkäinä pitämiin aktiviteetteihin ja sosiaalisten suhteiden ylläpitämiseen. Yksilö kokee subjektiivista hyvinvointia ja on tyytyväinen itseensä, mikäli onnistuu käyttämään kykyjään potentiaalinsa mukaisesti ratkoessaan elämänkulkuunsa vaikuttavia kehitystehtäviä.

Pedagogisesta hyvinvoinnista puhuttaessa olennaista on kysyä, miten yhteisön oppijat ja opettajat voisivat mahdollisimman kokonaisvaltaisesti hyödyntää pedagogisia toimia ja käytänteitä. (Haapala 2011, 121) Pedagogista hyvinvointia tutkittaessa tutkitaan pedagogisten tekijöiden yhteyttä toimijoiden hyvinvointiin ja miten tämä yhteys ilmenee ja mitä se aiheuttaa. Opetustilanteeseen tullaan aina omista sen hetkisistä hyvinvoinnin lähtökohdista ja pedagogisilla valinnoilla on vaikutus siihen, miten tavoitteisiin päästään (kuvio 1). ( Haapala 2011 124.)



**KUVIO 1. Hyvinvoinnin tarkastelun ulottuvuudet koulutusorganisaatiossa (Haapala 2011, 118)**

Opiskelijan psyykkinen hyvinvointi tulee osaksi pedagogiikkaa, kun ymmärretään miten se vaikuttaa muun muassa koulusaavutuksiin ja sujuvaan koulunkäyntiin. Samalla voidaan havaita, että ympäristössä, joka tyydyttää opiskelijan psyykkiset perustarpeet opiskelija voi toteuttaa sekä sisäsyntyistä motivaatiotaan että ulkopuolelta tulevia tavoitteita. Psyykkisten perustarpeiden jäädessä tyydyttämättä, sisäisen motivaation toteuttaminen vaikeutuu. Opiskelijaa ohjaavat ainoastaan ulkoiset palkkiot, rangaistuksen pelko ja painostus. Tällöin opiskelija ei koe tavoitteita omikseen ja oppi-

minen jää pinnalliseksi. Ulkopuolinen painostus lisää myös stressiä, uupumusta ja ahdistusta, jotka kuluttavat psyykkistä energiaa, joka on pois koulutehtävien tekemisestä. (Lappalainen ym. 2008, 114–115.)



**KUVIO 2. Maslowin tarvehierarkia. (Lämsä & Hautala 2005, 82)**

Tällaisen ajattelun voidaan katsoa perustuvan Abraham Maslowin kuuluisaan motivaatioteorian, jonka mukaan ihmisen tarpeilla on tietty hierarkia (kuvio 2). Ylimpänä hierarkiassa on itsensä toteuttamisen tarpeet, joihin kuuluu muun muassa oppiminen. Teorian mukaan alemman tason tarpeet pitää olla tyydytettynä ennen kuin ylempi taso voidaan saavuttaa. (Rauramo 2004, 39–40.)

Opiskelija peilaa ympäristön tapahtumia ja erityisesti omia saavutuksiaan aiempiin kokemuksiinsa. Tästä johtuen eri opiskelijat suhtautuvat erilalla samaan oppimisympäristöön. Myös opettajan kokemukset vaikuttavat siihen, miten hän opiskelijoita tulkitsee. Yksi opettaja voikin pitää opiskelijaa häirikkönä ja toinen samaa opiskelijaa mielenkiintoisena variaationa. Psyykkinen hyvinvointi rakentuu siis opiskelijan ja ympäristön vuorovaikutuksessa. (Lappalainen ym. 2008, 114–115.)

## **2.2 Vapaa-aika hyvinvoinnin tekijänä**

Kautta aikojen ihmiset ovat halunneet pysyä selvillä ajan kulusta. Aikaa onkin mitattu jo muinaisten egyptiläisten ajoista saakka. Ajan mittausta perustui pitkään aina 1300–



1400-luvuille saakka valoisuuteen. Ajan mittausta oli varsin summittaista aina 1800-luvun alkupuolelle ja junien saapumiseen asti. Junat pakottivat kellot eri puolilla samaan aikaan, jotta aikataulut pitivät. (Ylikännö 2011, 17.) Vapaa-ajan tärkeys on kasvanut samalla, kun vapaa-aikaa on lisääntynyt. Vapaa-aikaa eri aikoina on hankalaa vertailla, koska vapaa-ajalla ei ole tarkkaa määritelmää. Vapaa-aika on erityisen tärkeää nuorille. Alle 30 vuotiaista yli 75 prosenttia pitää vapaa-aikaa hyvin tärkeänä. (Myllyniemi 2009, 8.)

Mielekäs vapaa-aika on yksi keskeisimmistä asioista nuorten hyvinvoinnin kannalta. Parasta aikaa on menossa muutos nuorten vapaa-ajan yhteisöllisyydessä, kuten yhteydenpidossa ystäviin. Omaehtoisien erilaisten järjestöjen ulkopuolisen vapaa-ajan vieton merkityksellisyys on kasvanut viime aikoina. (Myllyniemi 2009, 3.)

Myllyniemen (2009, 22–23) Nuorten vapaa-aika tutkimuksen mukaan näyttää siltä, että vapaa-aikaa voi olla myös liikaa. Tämä johtuu siitä, että osa niistä joilla on eniten vapaa-aikaa eivät tiedä mitä tehdä kaikella vapaa-ajallaan. Toinen syy tyytymättömyyteen suureen vapaa-ajan määrään voi olla myös vapaa-ajan syyt. Yleisesti ottaen kuitenkin vapaa-aikaansa tyytyväisimpiä olivat ne, joilla sitä oli eniten. Samaisen tutkimuksen mukaan kaikkein tyytyväisimpiä elämänsä ovat ne, joilla vapaa-aikaa on eniten sekä hieman yllättäen kaikkein vähiten. Vähiten vapaa-aikaa omaavien tyytyväisyyttä elämään saattaa selittää käsitykset siitä, mitä kuuluu vapaa-aikaan. Onko lastenhoito esimerkiksi vapaa-aikaa?

Vapaa-ajan käyttöön ja hyvinvointiin liittyy myös elämäntavat, jotka vaikuttavat suuresti hyvinvointiin. Heikko kunto on riskitekijä terveydelle. Huonoon kuntoon menehtyy vuosittain noin 1,9 miljoonaa ihmistä maailmanlaajuisesti. Vähäinen liikunta on riskitekijä sydän- ja verenkiertoelimistön sairauksissa, tyypin kaksi diabeteksessa, osteoporoosissa sekä joissain syövässä. Riittäväällä liikunnalla voidaan ehkäistä useita terveysongelmia sekä parantaa ihmisen hyvinvointia. Liikunta vaikuttaa myös mieleen tuottamalla mielihyvähormoneja, jotka lisäävät hyvänolontunnetta ja tyytyväisyyttä (Aalto 2006, 22, 36.) Liikuntaan ja terveellisiin elämäntapoihin liittyvät ratkaisut tehdään yleensä vapaa-ajalla.

### 2.3 Opiskelukyky

Voidakseen opiskella opiskelijan on omattava opiskelukykyä (kuvio3). Tähän tarvitaan opiskelijalta omia voimavaroja sekä tukea opiskeluympäristöltä. Näitä voimavaroja ovat muun muassa riittävä terveys ja motivaatio. Opiskelijan on pystyttävä ottamaan vastuuta opiskeluunsa liittyvistä valinnoista. Opiskeluympäristöltä edellytetään hyvän opetuksen lisäksi fyysisesti turvallisia olosuhteita. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2006, 21,42.)

Opiskeluaikaan liittyy opiskelijoiden osalta yleensä suuria elämänmuutoksia. Samaan aikaan läpikäydään aikuistumisprosessia ja hankitaan työelämävalmiuksia opiskelun avulla. Tämän vuoksi opiskelijalla on oltava kognitiivisia kykyjä, kuten luovaa ajattelua ja tiedonkäsittelyä. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2006, 42.)



**KUVIO 3. Opiskelukykymalli (mukaillen Sosiaali- ja terveysministeriö 2006, 42)**

Opiskelukykyyn vaikuttaa ensisijaisesti opiskelija itse terveytensä ja voimavarojensa kautta. Laajasti ottaen siihen vaikuttaa opiskelijan persoonallisuus, itsetuntemus, elämäntilanne, sosiaaliset suhteet, terveydentila sekä elämäntavat. Voimavaroja vahvis-

tavat vakaa taloudellinen tilanne sekä positiivinen elämänasenne. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2006, 42.)

Opiskelukykyyn vaikuttaa keskeisesti myös opiskelijan opiskelutaidot. Näistä tärkein on opiskelutekniikka, jonka lisäksi näihin luetaan muun muassa opiskeluorientaatio ja ongelmanratkaisukyky. Lisäksi on vielä teknisiä opiskelutaitoja, kuten tiedonhaku- ja tiedonkäsittelytaidot. Tärkeää on myös hallita kokonaisuutta eli pystyä suunnittelemaan ajankäyttöään ja tekemään opintosuunnitelmia. Sen lisäksi, että huonot tai puutteelliset opiskelutaidot heijastuvat suoraan opiskelutuloksiin, ne voivat aiheuttaa tunteen, että tehty työmäärä ja tulokset eivät kohtaa tai työmäärä on jatkuvasti liian suuren tuntuinen. Tällainen on varsin stressaavaa ja turhauttavaa ja saattaa sen vuoksi alentaa opiskelumotivaatiota. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2006, 42.)

Ammattitaitoinen opetus- ja ohjaustoiminta on oleellinen opiskelukykyä rakentava tekijä. Tähän kuuluu olennaisesti vuorovaikutus opiskelijan ja opettajan välillä sekä palautteen anto ja arviointi. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2006, 43.)

Opiskeluympäristöön luetaan fyysinen psyykkinen ja sosiaalinen opiskeluympäristö. Fyysinen opiskeluympäristö tarkoittaa erilaisia oppimisympäristöjä ja konkreettisia opiskelupaikkoja, luokkia ja taukutiloja. Psyykkinen ja sosiaalinen opiskeluympäristö tarkoittaa opiskelijoiden ja henkilökunnan välisen vuorovaikutuksen, opiskeluilmapiirin ja opiskelijayhteisön tarjonnan. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2006, 43.)

Opiskelukykyä on syytä tarkastella kokonaisuutena sen sijaan, että tarkastelisi sitä vain yhdestä näkökulmasta, kuten yksilön terveytenä ja voimavarana. Opiskelukykyä voidaan parhaiten parantaa vaikuttamalla kaikkiin opiskelukyvyn ulottuvuuksiin. Opiskelukyvyyssä voidaan toisen ulottuvuuden puutteita kompensoida toisen ulottuvuuden vahvuuksilla. Puutteellista opiskelutaitoa voidaan esimerkiksi kompensoida hyvällä ohjauksella. Opiskelukyky voidaan nähdä monimutkaisen systeemin tuloksena, johon vaikuttavat henkilön yleiset sosioekonomiset, kulttuurilliset ja ympäristön olosuhteet. Loppuen lopuksi opiskelukyky määräytyy sen mukaan, miten opiskelija pystyy hallitsemaan näitä kokonaisuuteen vaikuttavia osatekijöitä. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2006, 43.)

## 2.4 Hyvinvointi Mikkelin ammattikorkeakoulussa

Sosiaali- ja terveysministeriö selvitti vuonna 2004 valtakunnallisella kyselyllä ammattikorkeakoulujen opiskelijoiden hyvinvointia ja terveyttä sekä opiskelijaterveydenhuollon tilaa. Tämän selvityksen perusteella todettiin, että opiskelijoiden hyvinvoinnin kehittämiseen on kiinnitetty vähemmän huomiota kuin muuhun ammattikorkeakoulujen kehittämistyöhön. Tämän vuoksi opiskelijoiden hyvinvointiin tulisi selvityksen mukaan kiinnittää entistä enemmän huomiota. Myös Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijoiden hyvinvointia selvitettiin kyselyllä vuonna 2007. Kyselyyn vastasi yhteensä 511 opiskelijaa Mikkelistä, Pieksämäeltä ja Savonlinnasta. Naisia vastanneista oli 369 ja miehiä 142. (Okkonen 2009, 2–3.)

Vastaajista suurin osa koki terveytensä melko hyväksi. Hyvinvoinnin osa-alueista parhaimmaksi naiset arvioivat ihmissuhteet, miehet itsearvostuksen. Heikoin osa-alue oli naisilla opiskelumotivaatio ja miehillä osallisuus opiskelija yhteisössä. (Okkonen 2009, 4.)

Eniten fyysisiä oireita aiheuttivat niska–hartiakivut, väsymys ja heikotus. Yksinäisyyttä koki yli viidennes vastaajista. Eniten apua opiskelijat kaipasivat stressinhallintaa, ajankäyttöön sekä ihmissuhde- ja itsetuntoasioihin. Opiskelijat eivät kokeneet olevan täysin onnellisia. Sosiaalisten verkostojen puuttuminen heikensi koettua elämänlaatua. (Okkonen 2009, 4–5.)

Vuonna 2004 julkaistun valtakunnallisen ammattikorkeakouluopiskelijoiden hyvinvointitutkimuksen tulosten ja Mikkelin ammattikorkeakoulun oman selvityksen pohjalta Mikkelin ammattikorkeakoulussa alkoi opetusministeriön rahoittama hanke ”Opimisvalmiuksien ja erilaisten opiskelijoiden tukeminen MAMK:ssa 2008–2009”. Hankkeen tavoitteena oli luoda opiskelijoille ja henkilökunnalle ”moniammatillinen tukiverkostomalli”. Tarkoituksena oli siis tuoda opiskelijoiden tukipalvelut helpommin saavutettaviksi. Lisäksi tavoitteena oli edistää toimintoja, jotka lisäävät opiskelijoiden osallistumista sosiaalisen ja henkisen hyvinvoinnin ylläpitämiseen ja kehittämiseen. Tämä tapahtui käytännössä kokeilemalla uusia erilaisia tukimuotoja opiskelijoille. Kolmantena tavoitteena oli parantaa henkilöstön valmiuksia tukea erilaisia opiskelijoita. (Okkonen 2009, 1,6)

### 3 PALVELUN TUOTTEISTAMINEN

Tässä luvussa käsitellään ensiksi sitä, mitä on palvelu. Kerron mikä on palvelupaketti. Myöhemmin kerron, miten ideasta muodostuu palvelutuote ja mitä on tuotteistaminen.

#### 3.1 Mitä on palvelu?

Palvelun voi määritellä monella tavalla. Henkilökohtainen palvelu on palvelua, mutta niin on myös palvelutuote. (Grönroos 1998,49.) Grönroosin (1998, 49) mukaan koneestakin voi tehdä palvelun, jos myyjä muokkaa konetta asiakkaan yksilöllisten tarpeiden mukaan. Kone itsessään on fyysinen tuote, mutta sen toimittaminen asiakkaalle on palvelua.

Se, mitä palvelu on riippuu paljolti miltä kannalta sitä katsoo. Palvelun tuottajan kannalta palvelu on eräänlaisten prosessien ja tapahtumien summa. Palvelusta voi seurata jokin konkreettinen tuotos, mutta pääsääntöisesti palvelu on immateriaalinen. Eli asiakas saa prosessin tuloksena fyysisen tuotteen sijasta jonkin muunlaisen hyödyn, kuten esimerkiksi uudenlaisen kampauksen. Asiakas osallistuu enemmän tai vähemmän palveluprosessiin ja tuo mukanaan vaikeasti hallittavan elementin, itsensä. Palvelun tuottaja voi vastata vain omasta toiminnastaan ja toivoa, että asiakas toivoo hänen toivomallaan tavalla. (Kinnunen 2004, 7.)

Asiakkaan näkökulmasta palvelu voi olla arkinen huomaamaton asia, jokin ikimuis- toinen asia tai jotain siltä väliltä. Asiakas katsoo palvelua omasta näkökulmasta, eikä juurikaan mieti palvelun tuottamiseen tarvittavia prosesseja. Asiakas kokee usein hyö- tyvän palvelusta sitä enemmän mitä vähemmällä vaivalla sen saa. (Kinnunen 2004, 7.) Asiakas myös kokee palvelut hyvin subjektiivisesti. Palvelua on sen aineettomuuden vuoksi vaikea arvioida ja vertailla objektiivisesti. (Grönroos 1998, 54.)

Palvelussa asiakas on yksi palvelun tuotantoresursseista. Palvelu myös kulutetaan ja tuotetaan yleensä samanaikaisesti. Tämän vuoksi palvelua ei voi varastoida, niin kuin konkreettista tuotetta. Palvelussa omistajuus ei siirry samalla tavalla, kuin konkreetti- sissa tuotteissa. Jos matkustaa esimerkiksi jollakin julkisella kulkuneuvolla, ei sen seurauksena saa omistukseensa mitään muuta, kuin käytetyn lipun (Grönroos 1998, 54–55.)

Palvelun erottaa konkreettisesta tuotteesta myös palvelun heterogeenisyys. Palvelu on ainakin jossain määrin aina erilainen jokaiselle asiakkaalle. Vähintään sosiaalinen suhde asiakkaan ja palvelun tuottajan välillä on erialinen, vaikka mikään muu ei muuttuisi. (Grönroos 1998, 55.)

### **3.2 Mitä on tuotteistaminen?**

Tuotteistamiselle voidaan tarkoittaa monenlaisia asioita riippuen puhutaanko konkreettisesta tuotteesta, palvelutuotteesta vai jostain muusta. Sanotaan esimerkiksi, että jotkin julkkikset ja urheilijat ovat tuotteistaneet itsensä. Palvelun tuotteistaminen voidaan määritellä Parantaisen (2007, 11) mukaan työksi, jonka tuloksena osaaminen jalostuu valmiiksi palvelutuotteeksi. Sipilä (1995,12) näkee, että palvelu on tuotteistettu kun sen käyttö – tai omistusoikeusoikeus voidaan niin haluttaessa myydä edelleen.

Hyvin tuotteistetun palvelun paras tuntomerkki on sen monistettavuus. Monistettavuudella tarkoitetaan, että palvelustasi täysin tietämättömät saman alan ammattilaiset pystyvät alkamaan tuottamaan samanlaista palvelua parissa viikossa. Tämä on mahdollista kattavan dokumentaation avulla, jossa on kuvattu kaikki palvelun vaiheet niin tarkasti, että kuka tahansa pätevä ihminen voi alkaa tuottaa palveluasi. Tuotteistaminen on toki muutakin, kuin pelkkää dokumentaatiota, mutta vain hyvä dokumentaatio mahdollistaa monistettavuuden. (Parantainen 2007, 12.)

Tuotteistamista esiintyy palvelukonseptissa aina, vaikka palvelun tuottaja sitä tiedostaisikaan. Yksikään palveluntuottaja ei aloita uutta projektiaan täysin puhtaalta pöydältä, vaan kopioi sopivilta osin edellisistä projekteistaan. Parhaina esimerkkeinä hyvin tuotteistetuista palvelukonsepteista eli kymmenenpisteen tuotteistuksina voidaan pitää franchising-konsepteja, kuten McDonald'sia. Se toimii yli sadassa maassa, mutta palvelu ja tuotteet ovat samoja kaikkialla. (Parantainen 2007, 13.)

Asiantuntijapalveluissa tuotteistaminen tarkoittaa vakioitujen työmenetelmien ja formaattien luomista tapauskohtaisesti räätälöitävälle sisällölle. (Sipilä 1995, 17). Esimerkiksi MTV 3:n kymmenen uutisissa toistuu sama formaatti joka päivä eri sisällöllä. Uutistenlukija pariin kuuluu aina mies ja nainen. Uutislähetys etenee ennalta mää-

rätyn kaavan mukaan päättyen aina loppukevennykseen ja sitä seuraavaan ankkureiden väliseen sanailuun.

Parantainen (2007, 13) erottaa kuusi vaihetta palvelukonseptin matkalla kohti kymmenen pisteen tuotteistusta. Ensimmäisessä vaiheessa asiantuntija alkaa kopioimaan hyväksi havaitsemiaan toimintamalleja muihinkin projekteihin. Projekteista alkaa hahmottumaan samankaltaisina pysyviä kokonaisuuksia.

Toisessa vaiheessa palvelun nimi alkaa hahmottumaan. Ensin ehkä vain sisäisenä nimenä. Hintakin alkaa hahmottua, mutta toimitussisällön vielä vaihdellessa hintakin vaihtelee. Kolmannessa vaiheessa palvelun hinta ja toimitussisältö alkavat vakiintua. Formaatin vastaisista toimeksiannoista saatetaan jopa kieltäytyä. Neljäs vaihe on ratkaiseva. Siinä asiantuntija voi toimitussisällön vakiinnuttua alkaa opettamaan kollegojaan toimittamaan palvelun samankaltaisesti, kuin itse sen tekee. Tämä on ratkaisevaa, koska alkuperäistä asiantuntijaa ei enää tarvita palvelun tuottamiseen. Se alkaa monistua. (Parantainen 2007, 14.)

Neljänteen vaiheeseen asti voi ajautua jossain määrin vahingossakin, mutta viides ja kuudes vaihe edellyttävät selkeitä päätöksiä. Viidennessä vaiheessa palvelu alkaa monistua yrityksen ulkopuolelle. Kuudennessa vaiheessa palvelu muuttuu jälleenmyytäväksi. (Parantainen 2007, 14.)

Jos niin kutsutun kymmenen pisteen tuotteistuksen määrittäminen on vaikeaa, huonosti tuotteistetun palvelun määrittäminen on yksinkertaisempaa. Jos palvelun hinta ei ole kerrottavissa suoralta kädeltä, palvelu ei luultavasti ole hyvin tuotteistettu. Hinnan ei tarvitse olla aina sama, mutta sen pitää olla välittömästi ilmoitettavissa ja perusteltavissa. (Parantainen 2007, 25.)

Vakiintuneen toimitussisällön puuttuminen on myös merkki huonosta tuotteistamisesta. Sellaisen palvelun hyötyjä, jolla ei ole vakiintunutta toimitussisältöä on mahdotonta kertoa. Myös saatu kate vaihtelee satunnaisesti. Tuotteistamiseen liittyy vahvasti myös vastuualueiden määrittäminen, kuka vastaa mistäkin. Jos ei ole tiedossa kenen vastuulla esimerkiksi palvelun kehittäminen on, palvelu on huonosti tuotteistettu ja tulos on luultavasti huono. (Parantainen 2007, 25.)

Monet tuotteistushankkeet kaatuvat heti alkuun. Parantainen määrittelee (2007,26–27) tuotteistajan perisyntejä, joihin monet tuotteistus hankkeet kaatuvat. Ensimmäinen perisynti on pelko vakioida ja kuvata palveluasi, niin että siitä tulee julkinen, koska pelätään sen leviävän ulkopuolisten tietoon. Tämä on Parantaisen mielestä nurinkurista, koska julkistamalla palvelun yritys tavallaan patentoi sen. Kukaan muu ei voi enää väittää ideaa omaksi keksinnökseen, sen jälkeen kuin joku on sen julkistanut.

Tuotteistuksessa asiakasryhmä on tärkeä. Ei voi tarjota palvelua kaikille, on valittava tietty ryhmä. Jokaiselle asiakasryhmällä on omat tarpeensa, joten ne tarvitsevat myös omanlaisensa ratkaisut. Asiakasryhmää vaihtamalla joutuu myös muokkaamaan omaa tuotettaan. Selvää on myös se, ettei tuotteistus onnistu, jos on jo ennakkoon päätetty, ettei tuotteistaminen ole mahdollista.

### **3.3 Miksi ja miten tuotteistaa?**

Palvelun tuotteistamisen tarkoituksena on luoda innovatiivista, kannattavaa ja kilpailukykyistä liiketoimintaa. Palvelujen tuotteistuksen päätavoite on luoda palveluja, joiden asiakkaat tuntevat tuovan houkuttelevaa lisäarvoa. Palvelujen kehittämiseksi ratkaisevaa on hyvin suunniteltu ja johdettu tuotekehitysohjelma sekä kustannustehokkuus ja asiakaslähtöisyys. (Jaakkola ym. 2007, 3.)

Parantainen (2007, 38) löytää neljä asiaa, joissa tuotteistettu palvelu eroaa tuotteistamattomasta edukseen. Ensinnäkin tuotteistettu palvelu on helpompi ostaa. Toiseksi se on ominaisuuksiltaan vahvempi. Lisäksi tuotteistettu palvelu on tehokkaammin myytävissä ja markkinoitavissa, sekä helpommin monistettavissa.

Tuotteistajan tehtävänä on siis rakentaa tuote, jonka avulla nämä yllä mainitut tavoitteet toteutuvat. Helpommin ostettava ja ominaisuuksiltaan vahvempi tuote kasvattavat tuottoa. Tehokkaamman myynnin ja palvelutuotannon avulla on mahdollista pienentää liiketoiminnan kuluja. (Parantainen 2007, 38.)

#### **3.3.1 Ostamisen helpottaminen.**

Ostamisen helpoksi tekeminen on yksi tuotteistuksen tärkeimmistä päämääristä. Ostaminen voi olla joskus yllättävänkin vaikeaa. Ostamisen helpottamisessa on kolme



tärkeää osaa, kilpailijoista erottuminen, palvelujen paketointi palvelupaketiksi ja riskin tunteen poistaminen. (Parantainen 2007, 38–39.)

Kilpailijoista erottautuminen on tärkeää, sillä jos asiakas ei pysty löytämään eroa tuotteiden välillä hän ei välttämättä uskalla ostaa. Asiakas ei halua arpoa samanlaisten tuotteiden väliltä. Kaupat jäävät sikseen, koska riskin tunne on niin suuri. (Parantainen 2007, 41.) Parantaisen (2007 40–41) mukaan on turhaa luonnehtia yritystä ylistävillä laatusanoilla, kuten luotettava, nuorekas tai dynaaminen, koska siten ei erotu kilpailijoista. Lisäksi näiden sanojen informaatioarvo on olematon, kun kukaan ei käytä päinvastaisia luonnehdintoja. Ne ovat arvottomia itsestäänselvyksiä, joita on turha edes mainita. Kaikki ovat omasta mielestään johtavia ja alansa parhaita. Itsensä kehumisen sijasta tulisikin keskittyä kertomaan, miten eroaa kilpailijoista.

Asiakkaalle on kerrottava, mitä palvelupaketti sisältää. Palvelupaketilla voidaan tarkoittaa ydinpalvelun ja tukipalvelun muodostamaa kokonaisuutta. Ydinpalvelu tyydyttää asiakkaan keskeisimmän ostohalun. Tukipalvelut mahdollistavat ydinpalvelun käytön. On vielä olemassa lisäpalveluita, joiden tehtävä on antaa asiakkaalle enemmän mahdollisuuksia valita. (Sipilä 1995, 64.)

Palvelupaketista kerrotaan palvelutarjouksessa, joka kuvaa palvelupaketin sisältöä. Palvelupaketissa kerrotaan, mitä hyötyä asiakas saa palvelusta. Tässä yhteydessä on hyvä kertoa myös, mitä mahdollisia uhrauksia asiakkaan tulee tehdä saadakseen palvelun lupaaman hyödyn. Myös se, minkälaista osaamista asiakkaalta mahdollisesti vaaditaan päästäkseen hyödyntämään palvelua on tärkeää kertoa. (Kinnunen 2004, 11.)

Tärkeää on myös erotella omat palvelut toisistaan. (Parantainen 2007, 41.) Parantaisen (2007,42–43) mielestä myös kilpailijavertailut ovat hyvä keino kertoa asiakkaalle, miten oma tuote sijoittuu suhteessa kilpailijoiden vastaaviin. Kilpailijoita ei tarvitse, eikä kannatta hakkaa. Sen sijaan kannattaa käyttää vertailun perustana tosiasioita ja kertoa kunkin kilpailijan vahvuuksista.

Erinomainen tyyli erottua edukseen kilpailijoista on luvata jotain, mitä kukaan kilpailijoista ei lupaa. Parantainen (2007 44–46) käyttää tästä esimerkkinä Sampo-pankkia, joka antoi tuotteilleen rävakät nimet, kuten asuntolainapäätös tunnissa ja opiskelijan

opintotukipaketti. Asuntolainapäätös tunnissa selkeä lupaus, joka vetoaa sopivan asunnon löytäneisiin, joilla on kiire ehtiä ennen muita. Lupaus on myös varmasti sellainen, mitä moni piti aluksi mahdottomana toteuttaa. Tällaiseen lupaukseen kannattaa aina rakentaa takaportti mahdollisten epäonnistumisten varalle. Sampo-pankki antaa lainan ilman marginaalia ensimmäisen vuoden, ellei päätös synny tunnissa, olettaen että päätös on myönteinen.

Riskin poistaminen on tuotteistamisen yksi tärkeimmistä tehtävistä. On huomattavasti helpompaa ja turvallisempaa ostaa tuotteistettu palvelu, jonka toimitussisältö on tiedossa ennen palvelun ostamista, kuin ostaa niin sanotusti sika säkissä. Järkevää ostajaa alkaa epäilyttämään mitä vaan kauppaavat kaikkien alojen asiantuntijat. Rajattu valikoima on huomattavasti luotettavampi. (Parantainen 2007, 48–50.) Asiakas ymmärtää paremmin, mitä on ostamassa kun näkee mistä palvelu koostuu ja saa mahdollisesti myös itse valita palvelun lisäosat.

### 3.3.2 Kilpailemisen lopettaminen

Parantaisen (2007, 68) mukaan asiakas on valmis maksamaan

1. jostain sellaisesta, jota ei saa mistään muualta,
2. palvelusi tuottamista konkreettisista hyödyistä ja
3. hyvästä tarinasta. mielikuvista ja imagosta.

Tuotteita on nykyään entistä vaikeampi erottaa toisistaan. Kopioiminen on yleisin strategia, vaikkei sitä kukaan myönnäkään. (Parantainen 2007, 68–69.) Samsung esimerkiksi tuomittiin vastikään miljardikorvauksiin Applen Iphonen kopioimisesta. (Yle 2012).

W. Chan Kimin ja Renée Mauborgnen kirjassa Sinisen meren strategia (2005,4) esitellään sinisen meren strategia jonka pääajatuksena on, että menestyäkseen tiukkenevassa kilpailuympäristössä yrityksen on lopetettava keskittyminen kilpailun voittamiseen. Ainoa keino päihittää kilpailu on lopettaa kilpailun voittamisen yrittäminen.

Kirjassa käytetään esimerkkinä muun muassa Cirque du Soleilta, joka onnistui noustamaan isoksi ja menestyväksi tekijäksi supistuvalla sirkusalalla alle 20 vuodessa. Samalla, kun muut sirkukset benchmarkkasivat toisiaan ja kilpailijat alan kuuluisim-

mista esiintyjistä, yrittäen näin maksimoimaan osuutensa pienenevästä markkinasta kasvavalla kulurakenteella. (Kim & Mauborne 2005, 3.)

Cirque du Soleil ei välittänyt, mitä kilpailijat tekivät. Se kehitti uudenlaisen teatteri- ja hahmovetoisemman sirkuselämyksen. Tällä tavalla Cirque du Soleil sai houkuteltua perinteisen sirkusyleisön, joka käsitti lähinnä lapset, lisäksi esityksiinsä täysin uutta maksukykyisempää yleisöä. Oleellista Cirque du Soleilin tapauksessa sinisen meren strategian kannalta oli, että he onnistuivat erottumaan kilpailijoista omalla konseptillaan, madalsivat kuluja karsimalla muun muassa eläimet ja alan huippunimet esityksistään. Se onnistui siis luomaan sinisen meren, kilpailuvapaat markkinat. (Kim & Mauborne 2005, 3-4.)

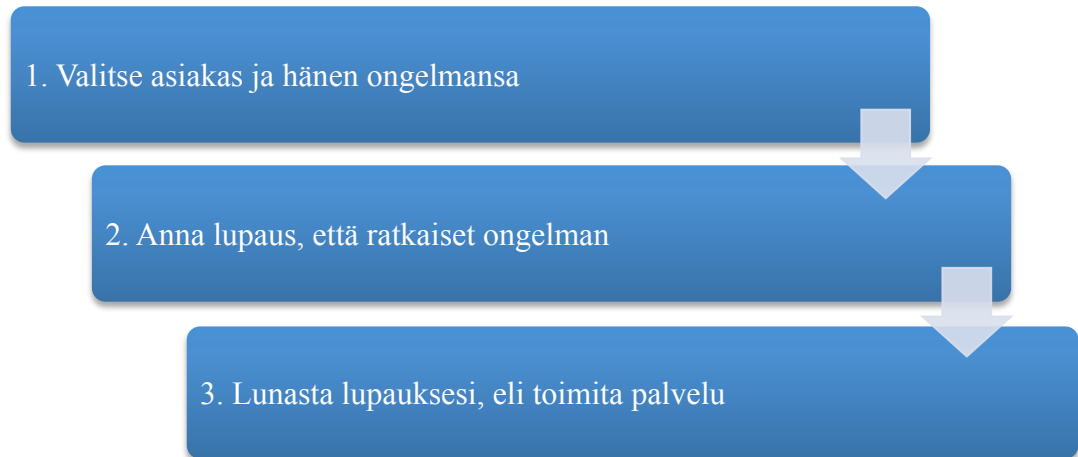
Myymällä jotain ainutlaatuista yrityksellä on myös valta hinnoitella tuotteensa oman mielensä mukaan. Tämä johtuu yksinkertaisesti kysynnän ja tarjonnan laista. Jos joku haluaa sellaista, mitä vain yksi taho pystyy tarjoamaan, hinta on tarjoajan päätettävissä. (Parantainen 2005, 70.)

Palvelun konkreettisia lupauksia on hyvä tuoda esiin tekemällä lupauksen. Lupauksen pitäisi Parantaisen (2005,73) mielestä olla törkeä ja sillä pitäisi saada asiakas uteliaaksi ja jopa epäuskoiseksi. Sen pitäisi olla myös helposti mitattavissa. Aikaan liittyvät lupaukset ovat hyviä, koska niiden pitämistä on helppo mitata. Hyvä lupaus myös erottuu kilpailijoistaan ja houkuttaa asiakasta ostamaan. Lupauksia annettaessa on myös varauduttava niiden pettämiseen, sillä eihän kukaan pysty aina lupauksiaan pitämään. Lupauksen pettäessä asiakkaalle on tarjottava hyvitystä, joka hyvittää lupauksen pettämisen. (Parantainen 2005, 73–74.)

Loppujen lopuksi monesti, se mikä ratkaisee minkä tuotteen asiakas valitsee on tarina. Paranteinen käyttää tarinan voimasta esimerkkinä reilun kaupan banaaneja. Reilun kaupan banaani on aivan samanlainen banaani, kuin mikä tahansa muukin ”epäreilun” kaupan banaani. Silti reilun kaupan banaanista ollaan valmiita maksamaan jopa tuplahinta, koska sitä ympäröi länsimaista kuluttajaa koskettava tarina. (Parantainen 2005, 79–80.)

### 3.3.3 Tuotteistusprojektin käynnistäminen

Ennakkoon on lähes mahdotonta tietää, mistä palvelusta tulee menestyksiä. Se selviää vain kokeilemalla. Koska kaikista palvelukonsepteista ei tule menestyksiä on tärkeää epäonnistua nopeasti ja edullisesti. Tämä tarkoittaa, että tuotekehityksen on oltava nopeaa ja ketterää. Ei siis kannata käyttää vuosia aikaa ja miljoonia rahaa palvelukonseptin kehittämiseen. Parantainen löytää palveluliiketoiminnasta kolme perusvaihetta. (Parantainen 2005, 94.)



**KUVIO 4. Palveluliiketoiminnan kolme perusvaihetta (Parantainen 2007, 94)**

Homma aloitetaan siis ratkaistavan ongelman etsimisestä (kuvio 4). Kun ratkaistava ongelma on löytynyt, luvataan asiakkaalle ratkaista se. Lupauksen jälkeen lupaus on lunastettava. Kaikki nämä vaiheet maksavat jotakin. Ensimmäisen vaiheen kustannukset riippuvat siitä, kuinka nopeasti ratkaistava ongelma löytyy. Toisessa vaiheessa joudut testaamaan ja hiomaan konseptia, mikä ei ole ilmaista sekään. Kalliiksi kehitys muuttuu kolmannessa vaiheessa. Tämän vuoksi viimeistään toisessa vaiheessa tulisi havaita, mitkä konseptit toimivat ja mitkä eivät. (Parantainen 2007, 94–95.)

### 3.4 Tuotteistetun palvelun luominen

Palvelutuotteen kehityksessä on kaksi päävaihetta; lupaus – ja lunastusvaihe. Lupausvaiheessa luvataan ratkaista jokin asiakasryhmän todellinen ongelma. Mikäli lupaus ei herätä asiakkaissa kiinnostusta, kannattaa palvelun kehittäminen haudata. Lupauksen jälkeen tulee luonnollisesti lupauksen lunastamisen vuoro. Menestyvät palvelut löytyvät toistamalla näitä kahta vaihetta lukemattomia kertoja. (Parantainen 2007, 133–135.)

### 3.4.1 Lupausvaihe

Lupausvaihe alkaa lupauksen laatimisella. Paranteinen (2007, 135) näkee kymmen kohtaa mahdollisimman hyvä lupauksen laatimiseen.

- |   |
|---|
| 1. Päätä kuka on asiakkaasi                                     |
| 2. Tunnista asiakkaasi ongelma                                  |
| 3. Selvitä, miksei kukaan ole jo ratkaissut ongelmaa            |
| 4. Kitetytä törkeä lupaus                                       |
| 5. Asemoi palvelutuotteesi niin, että se erottuu kilpailijoista |
| 6. Kuvaa asiakkaan hyödyt                                       |
| 7. Anna palvelutuotteellesi toimiva nimi                        |
| 8. Määritä Hinta  |
| 9. Listaa toimitussisältö                                       |
| 10. Käsittele vastaväitteet                                     |

#### **KUVIO 5. Kymmen vaihetta mahdollisimman myyvän lupauksen sommitteluun (Parantainen 2005, 135)**

Kuviossa 5 olevien kohtien avulla selviää, minkälaisen myyntipuheen tuote tarvitsee. Samalla syntyy myös markkinointimateriaalin pääkohdat. Jos, lupaus ei herätä innostusta asiakkaissa on vastaanotettu arvokasta palautetta. Konsepti on hylättävä ja näin lopetettava rahan käyttäminen turhaan palveluun. (Parantainen 2007, 135.)

Asiakas on valittava tarkoin, koska ei voida tietää asiakkaan tarvetta ilman, että tietää asiakkaan. Kaikkia ei voi miellyttää, koska eri asiakasryhmillä on erilaiset tarpeet. Asiakkaat kannattaa jakaa myös ryhmiin kannattavuuden suhteen. Heikosti kannattavat ja tappiota tuottavat asiakkaat kannattaa jättää muiden harmiksi ja keskittyä hyvin tuottaviin asiakkaisiin. (Parantainen 2007, 143–144.)

Ratkaistavan ongelman löytäminen ei ole monestikaan vaikeaa. Vaikeampaa on löytää ongelmista lupaavimmat. Tämän vuoksi kannattaakin aloittaa yksittäisistä pienistä arkisista ongelmista sen sijaan, että yrittää poistaa kaikki ongelmat kerralla. (Parantainen 2007, 152) Kun tekee pitkään jotain, tulee helposti sokeaksi vaihtoehtoisille toi-

mintatavoille. Tämän vuoksi myös konsulttien käyttöä kannattaa harkita, koska he ulkopuolisina näkevät asiat erilailla. (Parantainen 2007, 154).

Aina ennen kuin alkaa ratkaisemaan jotain ongelmaa on syytä tarkistaa, onko joku muu jo kenties ratkaissut sen. Tämä siksi, että ei ole kannata tuhjata aikaa jo ratkaistuihin ongelmiin, sillä ratkaisemattomia ongelmia löytyy. Parantainen (2007, 159–160) suosittelee käyttämään viittä tarkistuskysymystä. Ensimmäinen on ”Oletko löytänyt todelliset kilpailijat?”. Kannattaa siis panostaa mahdollisten kilpailijoiden etsimiseen. Toinen varmistuskysymys on ”Miten asiakas kiertää tai välttelee ongelmaa?”. Usein ongelma on ratkaistu kiertämällä se. Nämä kiertotiet eivät yleensä ole mitenkään optimaalisia tapoja hoitaa asia. Voi myös olla, että asiakas on lakaissut ongelman kokonaan maton alle. Kolmas kysymys kuuluu ”Mitkä ovat vaihtoehtoiset ratkaisut?”. Vaikka täysin vastaavanlaista tuotetta ei markkinoilta löytyisikään, se ei tarkoita ettei tuotteella olisi kilpailijoita. Neljäs kysymys kuuluu ”Tunnistaako asiakas ongelmansa?”. Asiakkaasi ei tiedosta kaikkia piileviä ongelmiaan. Tällaisen tunnistamattoman ongelman löytäminen voi tietää kahta asiaa, joko erittäin kannattavaa löytöä tai erittäin kallista löytöä. Täysin uuden tuotteen myyminen on kuitenkin erittäin haastavaa, koska suurin osa ihmisistä on niin kutsuttuja perässähihtäjiä, jotka seuraavat mitä muut tekevät. Harva uskaltaa ostaa jotain täysin uutta. Viides ja viimeinen tarkistuskysymys on ”Tunnustaako asiakas ongelmansa?”. Asiakas ei välttämättä halua tunnustaa sellaista ongelmaa, joka saa hänet näyttämään ammattitaidottomalta. (Parantainen 2007, 159–162.)

Kun asiakas ja hänen ongelmansa ovat selvillä, siirrytään lupaamaan ongelman poistamista. Lupauksesta on käytävä ilmi, mikä ongelma luvataan ratkaista. Ensiksi tulee muodostaa muutaman virkkeen selkokielineen teksti, jonka voi myöhemmin tiivistää myös iskulauseeksi. (Parantainen 2007, 164.)

Oman palvelun tulisi erottua mahdollisimman selkeästi kilpailijoista. Jos asiakas ei erota eri tuotteita toisistaan, hänen on vaikea valita sopivinta. Valinnan vaikeus nostattaa asiakkaassa virheen tekemisen pelon. Lisäksi, jos muita eroja kilpailevien tuotteiden välillä, nousee hinta ainoaksi erottavaksi tekijäksi. Kilpailijoista voi erottua esimerkiksi kilpailijoita nopeammilla toimitusajoilla tai lisäpalveluilla, joita kilpailijoilla ei ole. (Parantainen 2007, 167–168.) Lisäpalvelut voivat nostaa palvelun laatumielikuvaa. Tämän vuoksi voi olla kannattavaa tarjota lisäpalvelua, jota ei juuri kukaan ota

ja joka ei tuota katetta, mutta tuo lisää asiakasvirtaa. Tämä toimii myös toisinpäin eli jonkun lisäpalvelun poistaminen valikoimasta voi laskea asiakkaan laatumielikuvaa. (Jaakkola ym. 2007, 12.)

Palvelun hyödyt tulee miettiä tarkasti. Tässä on tärkeää olla tarkkana, ettei sekoita hyötyjä ja ominaisuuksia. Hyötyjä on helppo keksiä tuotteesta kuin tuotteesta, haastavampaa on eritellä tärkeimmät. Monesti tärkein on kuitenkin raha. (Parantainen 2007, 171.)

Sopivan nimen löytäminen palvelulle ei ole helppoa. Nimet herättävät erilaisia tunteita. Nimellä suurempi merkitys, kuin moni ajattelee. Nimen suunnittelu on varsin yksinkertainen prosessi. Ensiksi keksitään mahdollisia vaihtoehtoja ja sitten vaan karsitaan vaihtoehtoja ja lopulta valitaan paras. (Parantainen 2007, 173–176.)

Hinnan määrittely on myös tärkeä tekijä, haluaako olla hintajohtaja vai perustaa hinnoittelunsa johonkin aivan muuhun. Hinnalla kilpailemisessa huono puoli on, että vain yksi voi olla halvin. Lisäksi kate tuskin on huippuluokka hinnalla kilpailtaessa. Pitäisikin näiden kuviossa 5 olevien aiempien kohtien avulla erottua kilpailijoista sen verran ettei tarvitsisi halvimalla hinnalla kilpailla. Hintojen tulisi kuitenkin useimmissa tapauksissa perustua kustannuksiin ja asiakkaan saaman hyötyyn. (Parantainen 2007, 180.)

Seuraavaksi vuorossa on toimitussisällön listaaminen. Määritellään, mitä peruspakettiin sisältyy, ei sisälly ja mitä se maksaa. Kerrotaan, mitä konkreettista asiakas saa rahojensa vastineeksi. Formaattista ja aikataulusta on myös antaa vinkkejä. Tässä kohdassa tulee korostaa ostamista helpottavia tekijöitä, joista enemmän kohdassa 3.2.1 Ostamisen helpottaminen. (Parantainen 2007, 182.)

Viimeisenä vaiheena on vastaväitteiden käsittely. Vastaväitteitä tulee aina ja siksi niihin on hyvä varautua ennakoon. Miettiessä itse mahdollisia vastaväitteitä ja vastauksia niihin, tulee tarkistaneeksi löytääkö niihin järkeviä vastauksia. Yleisimpiin vastaväitteisiin kannattaa miettiä valmiiksi vastaukset ja antaa ne myyjien käyttöön. (Parantainen 2007, 185–188.)

### 3.4.2 Lunastusvaihe

Mikäli edellisen vaiheen lupaukset saivat asiakkaat ostamaan tuotetta, voidaan siirtyä lunastusvaiheeseen. Lupausten lunastamiseen tarvitaan monistuva palveluformaatti. Monistuvan palveluformaatin voi Parantaisen (2007, 196) rakentaa kuudessa osassa (kuvio 6).

- 
1. Piirrä iso kuva
  2. Kirjoita palvelun käsikirjoitus
  3. Laadi vaatimusmäärittely
  4. Kokoa työohjeet
  5. Lanseeraa palvelu
  6. Kokoa kehitysideat
- 

#### **KUVIO 6. Monistuvan palveluformaatin rakentaminen (Parantainen 2007, 196)**

Erityisen tärkeitä kohtia ovat dokumentointi kohdat 2 ja 4. Ilman kunnollista dokumentointia ei ole olemassa todellista tuotetta. Dokumenttoimaton palvelu on myös mahdoton ylläpitää ja monistaa.

Vaatimusmäärittely on palvelutuotteen kehitykselle eräänlainen kivijalka. Sen tarkoitus on selvittää ja dokumentoida asiakkaiden tarpeet. Asiakkaiden tarpeiden selvittämien jälkeen palvelun ominaisuuksien muodostaminen on varsin yksinkertaista. Vaatimusmäärittelyssä tulee pitäytyä vaatimuksissa ilman, että sotkee mukaan ominaisuudet. Vaatimusmäärittelyn tulisi vastata kysymykseen mitä palvelun pitäisi saada aikaan. Vaatimusmäärittelyssä, kuten muussakin dokumentaatiossa tulee välttää epämääräisiä ilmauksia, jotka jokainen tulkitsee omalla tavallaan. (Parantainen 2007, 196–204.)

Parantaisen (2007, 210) mielestä vaatimusmäärittely on hyvä jäsentää kolmeen vaiheeseen, jotka ovat palvelun reunaehtoien rajaaminen, palvelun käsikirjoituksen laatiminen ja vaatimusten tarkentaminen käsikirjoituksen perusteella. Ensimmäisessä vaiheessa



listataan yleisiä ehtoja palvelulle, jotka juontuvat lupausvaiheen lupauksista. (Parantainen 2007, 210.)

Toinen vaihe on käsikirjoituksen laatiminen palvelusta. Siinä palvelun kulku hahmotellaan lyhyiden tarinoiden avulla samaan tapaan, kuin tv-ohjelmien ja elokuvien käsikirjoitukset. Käsikirjoitukset kirjoitetaan asiakkaan näkökulmasta. (Parantainen 2007, 218.)

Kolmannessa vaiheessa tarkennetaan ja tarkistetaan vaatimuksia käsikirjoitusten perusteella. Eli palataan tavallaan ensimmäiseen vaiheeseen. Tätä kiertoa tapahtuu yleensä useamman kerran, ennen kuin vaatimusmäärittely on valmis. vaatimusmäärittelyyn joudutaan usein palaamaan myöhemmin, kun palveluformaatti tarkentuu, (Parantainen 2007, 220.)

Seuraava vaihe, työohjeiden kokoaminen pohjautuu erittäin vahvasti edellä tehtyyn vaatimusmäärittelyyn. Työohjeissa kuvataan palvelun eteneminen hetki hetkeltä, sekä kuka vastaa mistäkin. Ohje on syytä aloittaa ensin palvelun esittelemisellä, jotta jokainen sen lukija saa käsityksen palvelusta. Sitten vaihdetaan näkökulma yksittäiseen palvelun toteuttamiseen osallistuvaan henkilöön. Jokaiselle palvelun toteuttamiseen osallistuvalla tulee olla oma tarkka ohje, kuinka toimia. (Parantainen 2007, 220–221.)

Seuraavana vuorossa on palvelun julkistaminen. Palvelua ei julkisteta ainoastaan asiakkaille, vaan kaikille sidosryhmille. Jokaista sidosryhmää kiinnostaa palvelussa ennen kaikkea, miten palvelu hyödyttää juuri häntä. Tämän vuoksi jokaiselle sidosryhmälle on hyvä järjestää oma julkistustilaisuus. (Parantainen 2007, 225.)

Ensimmäisenä palvelu julkaistaan omalle henkilökunnalle. Kaikkeen uuteen liittyy aina jonkin verran muutosvastarintaa, joten Parantaisen (2007, 226) mukaan henkilöstölle kannattaa julkistustilaisuudessa antaa mahdollisuus kommentoida palvelua ja näin olla ikään kuin mukana palvelun kehittämisessä. Tämä vähentää muutosvastarintaa, koska henkilöstö tuntee olleensa mukana palvelun kehittämisessä. Henkilöstöstä tärkein on johto, jos johto ei ole uuden palvelun puolella on vaikea saada muuta henkilöstöäkään vakuuttuneeksi. Ulkoinen julkistaminen on yleensä johtajan asia. Jos johtaja ei ole itse ollut mukana varsinaisessa tuotekehitysprojektissa, mukana olleiden

kannattaa valmistella tai ainakin auttaa johtajaa valmistelemaan esitykset ja materiaalit. (Parantainen 2007, 226–228.)

Viimeinen vaihe on kehitysideoiden keruu. Lähes kaikki yritykset keräävät tietoja asiakastyytyväisyydestä eli siitä, miten hyvin asiat nykyisellään ovat. Asiakastyytyväisyys on tärkeä mittari yrityksille, mutta se ei auta tuotekehittäjiä kehittämään uusia tuotteita. Hyviä kysymyksiä asiakkaille ovat; mitä asiakas ei saa aikaan ja mitä hän haluaisi saada aikaan. Asiakkaan toimintaa ymmärtääkseen on porauduttava syvälle asiakkaan toimintatapoihin ja selvitettävä, miksi hän toimii niin kuin toimii. Tällä tavalla on mahdollista tehdä todellisia löytöjä. (Parantainen 2007, 232–238.)

## **4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

Tässä luvussa esitellen ensiksi opinnäytetyön toimeksiantajan. Lisäksi kerron tutkimusmenetelmistä. Tutkimus suoritettiin survey-tutkimuksena. Tavoitteena oli tutkia, millaisia kokkausiltoja Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijat haluavat ja miten opiskelija viihtyvyyttä ja hyvinvointia Mikkelin ammattikorkeakoulun Kasarmin kampuksella voisi parantaa.

### **4.1 Toimeksiantajan esittely**

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Ravintola Talli, joka on Mikkelin ammattikorkeakoulun omistama ravintola Kasarmin kampuksella. Mikkelin ammattikorkeakoulu tuttavallisemmin MAMK on 4500 opiskelijan ja 400 henkilökunnan ammattikorkeakoulu. MAMkissa aloittaa vuosittain 700 uutta opiskelijaa. Koulutusaloja on seitsemän ja koulutusohjelmia 18, joista kolme englanninkielisiä. MAMkia ylläpitää Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu Oy:n omistama Mikkelin Ammattikorkeakoulu Oy. MAMkin rehtorina ja toimitusjohtajana toimii Heikki Saastamoinen. (Mikkelin ammattikorkeakoulu 2012.)

MAMkissa tehdään myös tutkimus- ja kehitystyötä sekä tuotetaan palveluja. Tutkimus tapahtuu erilaisten hankkeiden ja opinnäytetöiden kautta. Tutkimuksessa sekä palvelu- ja kehittämistoiminnassa MAMk painottaa kestävää hyvinvointia, sähköistä arkistointia ja digipalveluita sekä materiaaleja ja ympäristöturvallisuutta. (Mikkelin ammattikorkeakoulu 2012.)

Ravintola Talli on vuonna 2004 vanhaan hevostalliin perustettu 120-paikkainen monipuolinen lounas-, kokous- ja tilausravintola, joka toimii myös oppimisympäristönä Mikkelin ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoille. Lounasaikaan talli palvelee buffetlounaalla. Buffetlounaan lisäksi tarjolla on lounasaikaan päivittäin vaihtuva keittiön suosittelema annos ja kasvisvaihtoehto. Iltaisin ja viikonloppuisin Ravintola Talli toimii tilausravintolana. (Ravintola Talli 2012a.)

Kokouksia Tallissa voi järjestää kolmessa erikokoisessa tilassa. Tallissa voi järjestää myös erilaisia tapahtumia. Menut tilaisuuksiin suunnitellaan asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Ravintola Tallin alaisuuteen kuuluu myös sen vieressä sijaitsevan Mikpoli rakennuksen kahvio sekä kokoustilat. (Ravintola Talli 2012a.)

Ravintola Talli on opetusravintola. Se toimii pääsääntöisesti oppimisympäristönä restonomiopiskelijoille, mutta tarjoaa harjoittelupaikkoja myös muiden koulutusohjelmien opiskelijoille kuten tradenomiopiskelijoille. Tallissa opiskelijat pääsevät harjoittamaan käytännön osaamistaan sekä kehittämään ja testaamaan uusia tuoteideoita. Tallissa opiskelijat pääsevät myös harjoittelemaan esimiestaitojaan. Ravintola Talli tarjoaa myös opinnäytetyönaiheita erialojen opiskelijoille. (Ravintola Talli 2012b)

## 4.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus on luova prosessi ja ongelmanratkaisua, jonka tavoitteena on selvittää tutkimuskohteen toimintaperiaatteita ja lainalaisuuksia. Tutkimuksen avulla haetaan vastausta tutkimusongelmasta johdettuihin kysymyksiin. Empiirisiä tutkimuksia on olemassa kahdenlaisia, kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia. Tutkimusmenetelmän ratkaisee tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoite. Tutkimuksen onnistuminen vaatii sopivan kohderyhmän määrittelyä sekä oikean tutkimusmenetelmän valintaa. (Heikkilä 2010, 13–14.)

Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosentiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Toimiakseen tämä vaatii riittävän suurta ja edustavaa otosta. Aineisto kerätään yleensä erilaisilla kyselyillä, kuten survey tyyppisillä kyselyillä. Muita aineistonkeruu vaihtoehtoja ovat strukturoidut haastattelut, systemaattinen haastattelu ja kokeelliset tutkimukset. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa haetaan

vastausta kysymyksiin: Mikä?, Missä?, Kuinka paljon? Kuinka usein?. (Heikkilä 2010, 13,16–17.)

Aineiston kvantitatiivista tutkimusta varten voi kerätä itse tai hankkia valmiina. Valmiita aineistoja Suomessa saa muun muassa Tilastokeskukselta. Mikäli kerää tutkimusaineiston itse, on päätettävä sopiva kohderyhmä ja tiedonkeruumenetelmä. tiedonkeruumenetelmiä on lukuisia, joista toiset sopivat toiselle kohderyhmälle ja tutkimukselle paremmin kuin toiset. Vaihtoehtoja aineiston keräämiseen ovat erialiset haastattelut sekä erilaiset kyselylomakkein suoritettavat kyselyt. Haastatteluissa vaihtoehtoina ovat lähinnä puhelin- ja käyntihaastattelut. Kyselyissä vaihtoehtoina ovat posti- ja internetkyselyt sekä informoidut kyselyt. (Heikkilä 2010, 18.)

Survey-tutkimus on kysely- tai haastattelututkimus, joka on ennakkoon suunniteltu. Se on edullinen ja helppo tapa kerätä vastauksia, kun vastaajia on paljon. Survey-tutkimuksessa käytetään vastauslomaketta vastausten keruuseen. (Heikkilä 2010, 19.)

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen avulla pyritään useimmin ymmärtämään tutkimuskohdetta ja selittämään sen käyttäytymisen syitä. Siinä ei yleensä pyritä tilastolliseen yleistämiseen, kuten kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan selvittää esimerkiksi kohderyhmän arvoja, asenteita ja tarpeita psykologiasta lainatuilla opeilla vaikka markkinoinnin tai tuotekehityksen pohjaksi. (Heikkilä 2010, 16.)

Aineiston kerääminen kvalitatiivisessa tutkimuksessa on usein vapaampaa, kuin kvantitatiivisessa menetelmässä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan kvantitatiivisen tutkimuksen tavoin käyttää joko valmista aineistoa tai kerätä aineisto itse. kvalitatiivisissa tutkimuksissa käytetään usein vuorovaikutteisia haastatteluja, jolloin tutkimuksen osapuolten suhde muodostuu läheisemmäksi, kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. (Heikkilä 2010, 17.)

### 4.3 Tutkimusaineisto

Tutkimuksessa käytetyt tutkimuslomakkeet (suomen- ja englanninkielinen) suunnitellin toimeksiantajan toiveiden ja teoreettisen viitekehyksen pohjalta. Tutkimuksessa on

kaksi pääaihealuetta: kokkausillat ja vapaa-ajan palvelut Kasarmin kampuksella. Kyselylomakkeet ovat nähtävissä liitteissä 1 ja 2.

Tutkimus on pääosin kvantitatiivinen survey-tutkimus. Tutkimus sisältää neljä avointa kysymystä, joista kaksi liittyy vastaajien taustatietoihin. Kolmessa näistä neljästä avoimesta kysymyksestä kysytään numeerista tietoa. Kyselyn viimeinen avoin kysymys voidaan luokitella kvalitatiiviseksi, koska se on avoin ja siinä pyydetään kehitysideoita.

Kyselyssä on yhteensä 16 kysymystä. Niistä kuusi kysymystä on taustatietokysymyksiä. Seuraavat seitsemän kysymystä liittyvät kokkausiltoihin. Niissä kartoitettiin muun muassa kokkausiloille sopivaa hintaa, ajankohtaa ja ruokateemoja. Loput kolme kysymystä koskevat Kasarmin kampuksen vapaa-ajan palveluita. Kyselyiden jatkona on myös erillisinä kyselyinä arvonta, jossa on mahdollisuus voittaa lounaslahjakortteja Talliin. Arvonta on mukana kyselyssä vastaus innokkuuden nostamiseksi. Lisäksi arvontalomakkeessa kysytään saako vastaajalle lähettää sähköpostilla tietoja Tallin kokkausilloista.

Kysely toteutettiin Webropol-kyselynä, koska se on helppo alusta kerätä vastauksia ja myös suunnitella kyselyitä. Linkin Webropol-kyselyyn voi lähettää kohderyhmälle sähköisesti, joka on erittäin kätevää verrattuna paperiseen kyselylomakkeeseen, jota pitäisi jaella henkilökohtaisesti. Lisäksi Webropolissa vastaukset tallentuvat valmiiksi sähköiseen muotoon, jolloin niitä ei tarvitse erikseen muuntaa sähköiseen muotoon, niin kuin esimerkiksi paperisen kyselyn tulokset olisi muutettava. Mikkelin ammattikorkeakoululla on lisensoijana Webropolia, joten sain sitä kautta vaivattomasti tunnukset sinne.

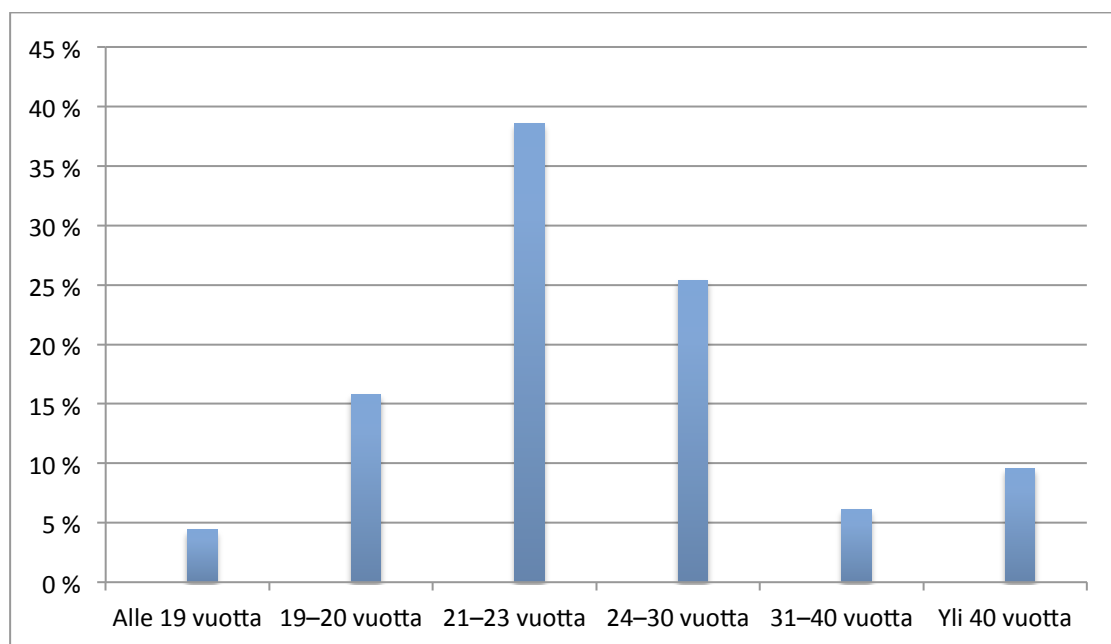
Tutkimuksen kohdetyhmää ovat kaikki Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijat. Tutkimuslomakkeesta on kaksi versiota, suomen- ja englanninkielinen, koska kohderyhmään kuuluu paljon ulkomaalaisia vaihto- ja tutkinto-opiskelijoita. Tutkimus suoritettiin Webropol-kyselynä. Linkki kyselyyn lähetettiin kaikille mail.mamk sähköpostiosoitteen haltijoille 29.10.2012. Vastausaikaa oli 11.11.2012 asti. Vastauksia tuli määräraajaan mennessä yhteensä 114 kappaletta, joista 98 suomenkieliseen ja 16 englanninkieliseen kyselyyn.

## 5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä kappaleessa esittelen tutkimukseni tulokset. Esittelen suomen- ja englanninkielisen kysely tulokset yhdessä nipussa. Tarkemmat jakaumataulukot on nähtävissä liitteessä 3 taulukoissa 1-15.

### *Taustatiedot*

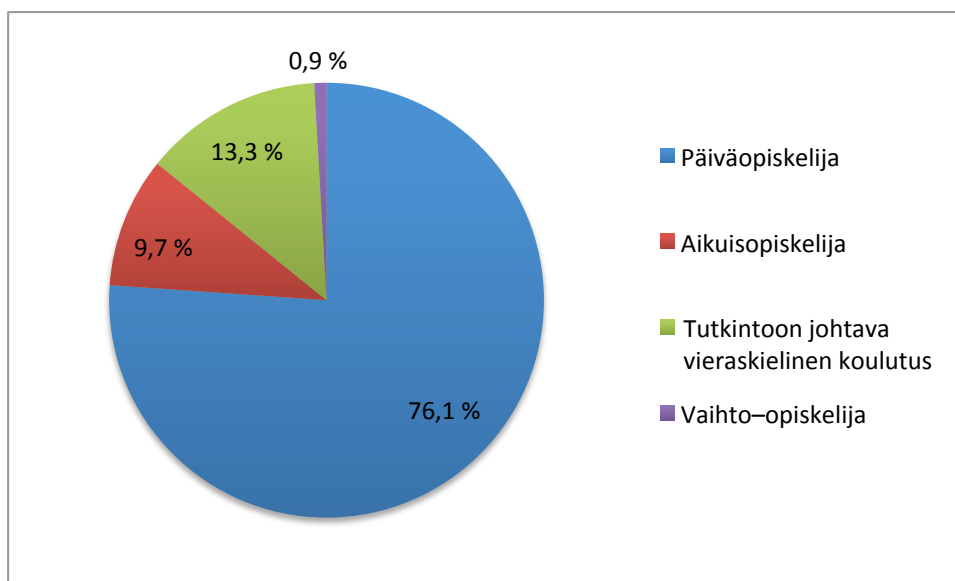
Ensimmäisenä kyselyssä selvitettiin vastaajien taustatietoja. Aluksi kartoitettiin vastaajan sukupuolta. 72,6 % vastaajista ilmoittivat olevansa naisia ja 27,4 % vastaajista ilmoitti sukupuolekseen mies. Vanhin vastaaja oli 54-vuotta ja nuorin 17-vuotias. Kuviossa 7 näkyy ikäjakauma ikäryhmittäin. Kuvioista näkyy, että suurin osa vastaajista on 19-23-vuotiaita. Vastaajista 86 % oli suomalaisia, 10,5 % venäläisiä. Kiinalaisia, vietnamilaisia, iranilaisia ja ukrainalaisia vastaajia oli yksi kutakin eli 0,9 %.



**KUVIO 7. Vastaajien ikäryhmät**

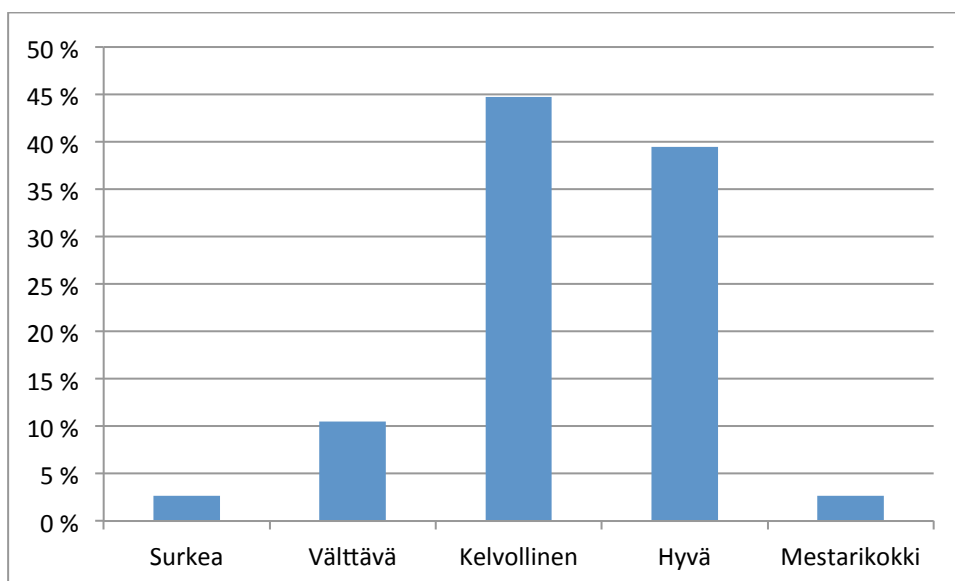
Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin, onko päiväopiskelija, aikuisopiskelija, avoimen amk:n opiskelija, vaihto-opiskelija vai tutkintoon johtavan englanninkielisen koulutusohjelman opiskelija. Avoimen amk:n opiskelijoilla ei luultavasti ole mail.mamk-sähköpostiosoitteita käytössään, joten he eivät saaneet kutsua tutkimukseen. Yksikään vastaaja ei ainakaan tunnustanut olevansa avoimen amk:n opiskelija. Tutkintoon johtavan englanninkielisen koulutusohjelman opiskelijat ovat tässä tutkimuksessa kaikki

ulkomaalaisia, vaikka myös suomalaiset voivat opiskella englanniksi. Kuviossa 8 näkyy, kuinka vastaajien roolit jakautuivat. Kuten kuvioista 8 näkyy, että vastaajista ylivoimainen enemmistö oli suomalaisia päiväopiskelijoita.



**KUVIO 8. Vastaajien roolit**

Seuraavaksi kysyttiin opintojen aloitusvuotta. Suurin osa vastaajista on aloittanut opintonsa vuoden 2010 jälkeen. Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin koulutusala. Humanistisen ja kasvatusalan valitsi 7 % vastaajista, 10,5 % vastasi kulttuurialan. Luonnontiede, liiketalous sai 32,5 % kannatuksen. Sosiaali-, terveys ja liikunta-alan valitsi 21,9 % vastaajista. Tekniikka- ja liikenne sekä matkailu-, ravitsemis- ja talous-ala saivat yhtäläisen kannatuksen 14,% osuudellaan.



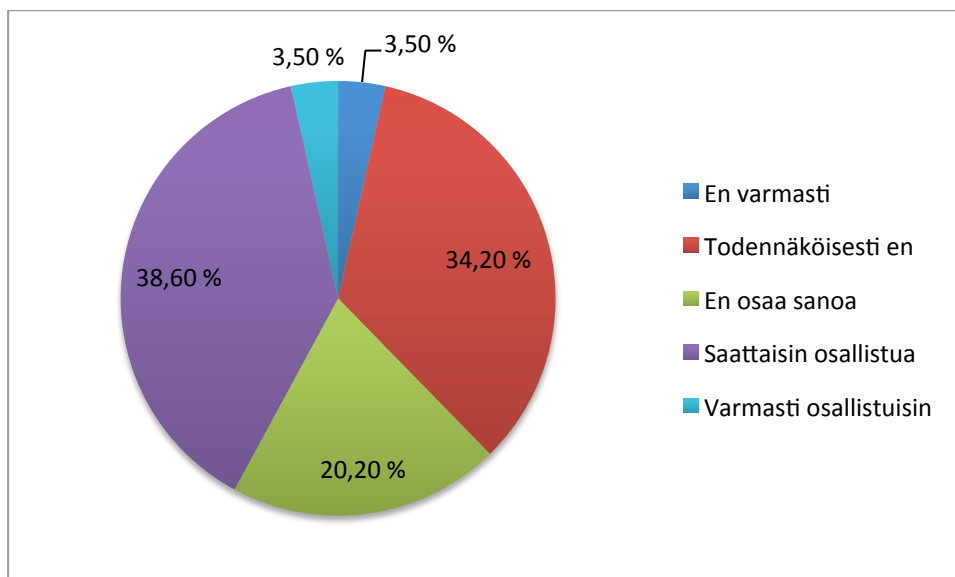
**KUVIO 9. Kuinka hyvänä ruoanlaittajana pidät itseäsi?**

Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin vastaajan omaa näkemystä ruoanlaitto taidoistaan. Vaihtoehdot olivat 1–5 sekä ”En kokkaa”. Kukaan vastaajista ei valinnut vaihtoehtoa ”En kokkaa”. Vaihtoehtojen 1–5 jakauma näkyy kuviossa 9. Suurin osa yli 80% luokitteli itsensä hyväksi tai kelpolliseksi ruoanlaittajaksi.

### *Kokkausillat*

Näiden taustatietokysymysten jälkeen vuorossa olivat kokkausiltoja koskevat kysymykset. Ennen kysymyksiä oli kuvailma, mitä kokkausillat käytännössä tulevat olemaan ja paljonko ne suurin piirtein maksaisivat. Tältä pohjalta kysyttiin, kuinka todennäköisesti vastaaja osallistuisi tällaiseen kokkausiltaan. Kuviossa 10 näkyy, että molemmat ääripäät saavat vain vähän kannatusta. Melkein 40 prosenttia saattaisi osallistua ja lähes 20 prosenttia on epävarmoja kannastaan.

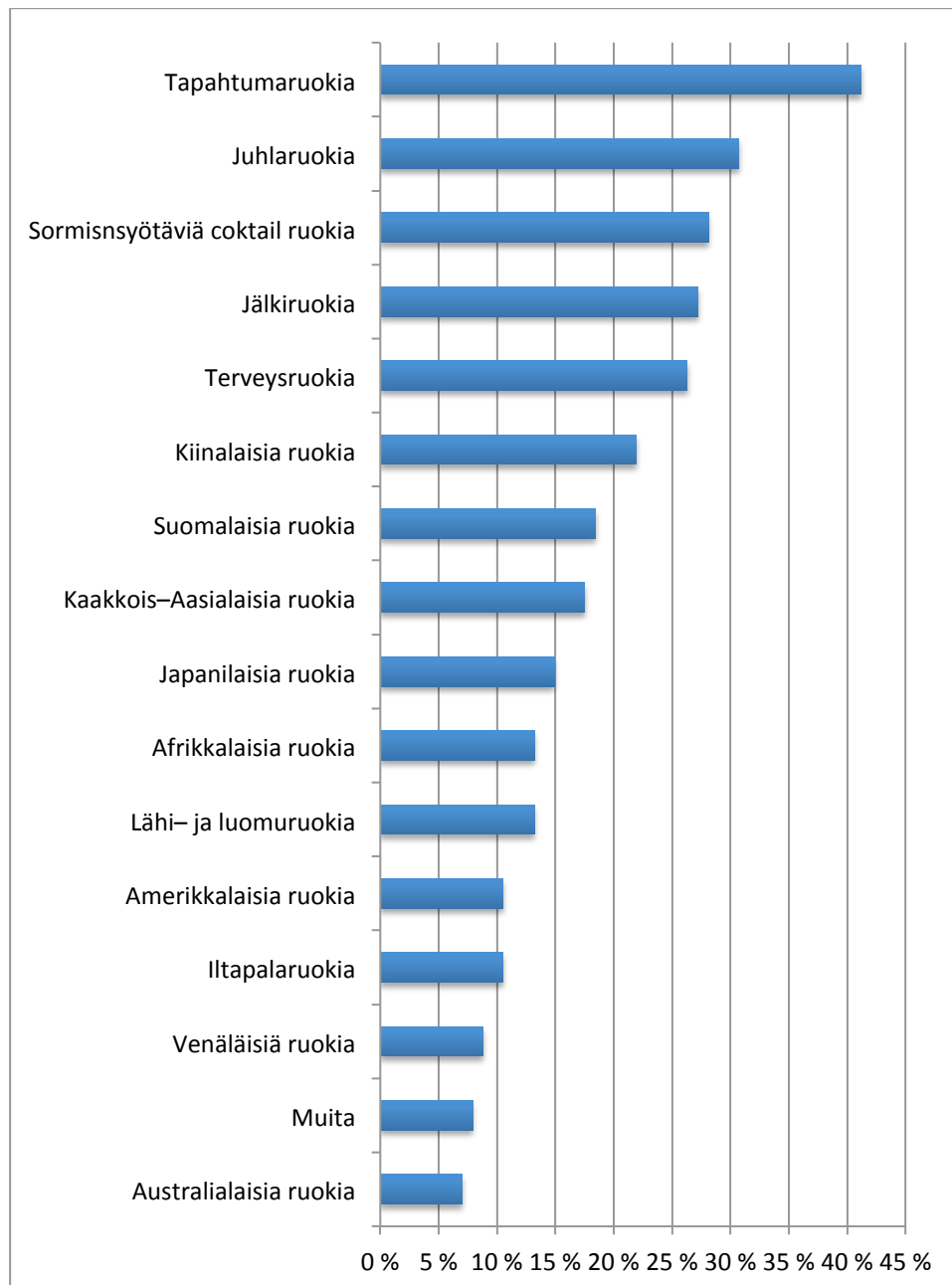




**KUVIO 10. Kuinka todennäköisesti osallistuisit kokkausiltaan?**

Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin suhtautumista kokkausiltojen hintaan. Kysymyksessä tiedusteltiin, olisiko 20 euron hinta kokkausilloille halpa, sopiva vai kallis hinta. Vain vajaat 2 prosenttia oli halvan hinnan kannalla. 40,7 % piti hintaa sopivana ja 57,5 % kalliina. Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin vastaajien mielestä sopivaa hintaa, mikäli 20 euron hinta oli liian kallis tai halpa. Tähän kysymykseen vastanneista suurin osa oli sitä mieltä, että noin 10–15 euroa olisi sopiva hinta kokkausilloille 20 euron sijasta.

Kymmenennessä kysymyksessä tiedusteltiin parasta ajankohtaa kokkausilloille. Vaihtoehtoisiksi annettiin arki-iltapäivät, arki-illat ja lauantait. Selvästi parhaaksi ajankohdaksi kokkausilloille osoittautui arki-illat, jonka kannalla oli vajaat 70 % vastanneista. Lauantai oli vajaalla 20 % kannatuksellaan toiseksi suosituin vaihtoehto ennen 12,3 % kannatuksen saanutta arki-iltapäiviä.



**KUVIO 11. Minkälaisia ruokia olisit kiinnostunut valmistamaan kokkausilloissa? Valitse 3 eri vaihtoehtoa**

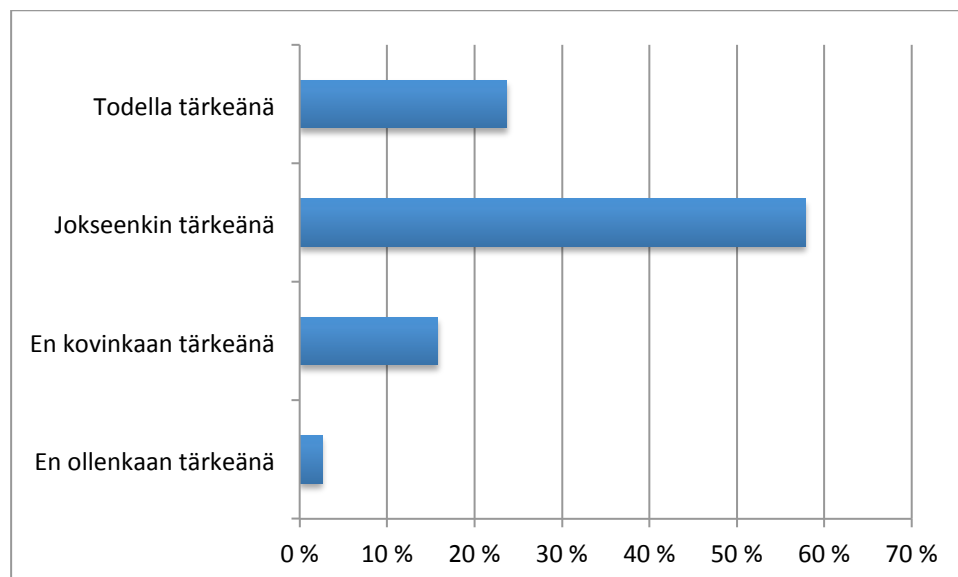
Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin, minkälaisia ruokia vastaajat olisivat kiinnostuneita laittamaan kokkausilloissa. Maksimissaan kolme vaihtoehtoa sai valita. Kuviossa 11 on nähtävissä, miten vastaukset jakautuivat eri vaihtoehtojen välille. Tapahtumaruokat ja juhlaruokat olivat suosituimpia vaihtoehtoja. Eri maiden ja maanosien ruoista Aasia nousi kiinnostavimmaksi Kiinan ollessa kiinnostavin, Kaakkois-Aasian kolmanneksi kiinnostavin ja Japanin tullessa neljännelle sijalle. Suomalainen ruoka oli eri maiden ruoista toiseksi suosituin.

Seuraava kysymys koski ruoan ominaisuuksia. Kysymys kuului: ”Mitä arvostat eniten ruoassa? Valitse kaksi asiaa”. Ylivoimaisesti tärkeimmäksi tekijäksi nousi maku, joka löytyi 90 prosentista vastauksia. Selkeästi toiseksi tärkeimmäksi asiaksi muodostui hinta, joka löytyi vajaan 40 prosentin vastauksista. Muut vaihtoehdot ekologisuus, eettisyys, helppous ja alkuperä saivat alle 20 prosentin kannatuksen ulkonäköä lukuun ottamatta, joka sai hieman yli 20 % kannatuksen.

Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin, mitä vastaajat olisivat kiinnostuneita yhdistämään kokkaussiltoihin. Valita sai useamman vaihtoehdon. Kaksi suosituinta kaveria kokkaussilloille olivat viininmaistajaiset ja ruokaa luonnossa –ilta kodalla tai laavulla. Myös saunomista, keilailua ja muita liikuntapalveluita oltiin kiinnostuneita yhdistämään kokkaussiltoihin. Vähiten suosiota saivat tosi-tv kuvaukset.

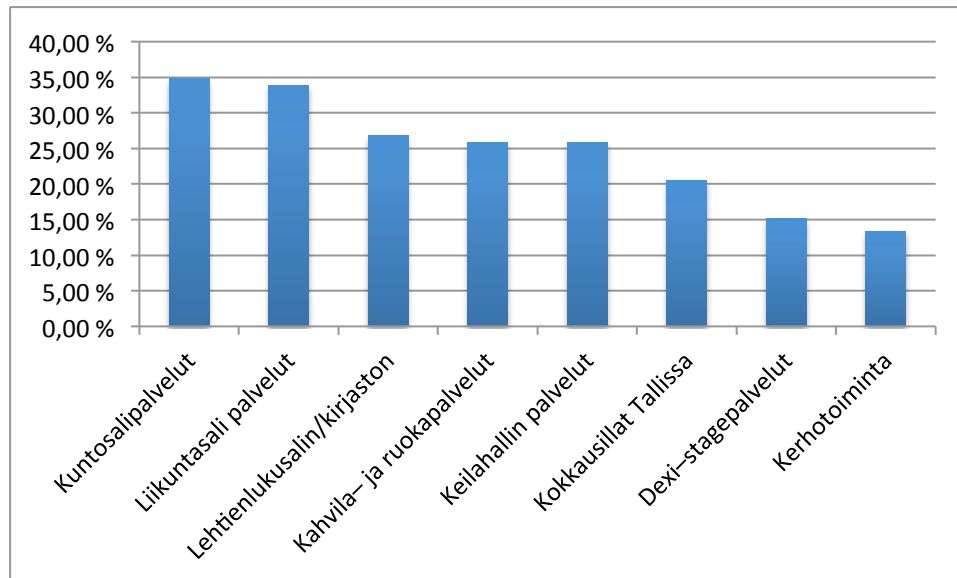
#### *Vapaa-ajan palvelut Kasarmin kampuksella*

Viimeinen osa kysely koski Kasarmin kampuksen vapaa-ajan-palveluita. Osion ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin: ”Kuinka tärkeänä opiskeluviihtyvyyden kannalta koet kampusalueen vapaa-ajan palvelut?”. Kuviossa 12 näkyy, että jokseenkin tai todella tärkeänä vapaa-ajan palveluita piti yli 80 %.



**KUVIO 12. Kuinka tärkeänä opiskeluviihtyvyyden kannalta koet kampusalueen vapaa-ajan palvelut?**

Osion toisessa kysymyksessä tiedusteltiin Kasarmin kampuksen vapaa-ajan palveluiden kiinnostavuudesta. Valita sai kaksi kiinnostavinta. Vaihtoehdot ja jakaumat näkyvät kuviossa 13.



**KUVIO 13. Mitkä seuraavista vapaa-ajan palveluista kiinnostavat sinua eniten kampusalueella? Valitse 2 kiinnostavinta.**

Viimeisessä kysymyksessä kysyttiin avoimesti, mitä uusia vapaa-ajan palveluita vastaajat haluaisivat Kasarmin kampukselle. Vastauksia tuli vain 17. Vastauksissa toivottiin kaikenlaista musiikista laneihin, mutta mitään yksittäistä ei noussut esiin.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa pohdin kyselyn tuloksia ja peilaan niitä teoreettiseen viitekehykseen. Opinnäytetyön tutkimusongelmana oli saada selville, millaisia kokkausiltoja Ravintola Tallin tulisi järjestää Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Toisena tutkimusongelmana oli selvittää, miten opiskelijoiden hyvinvointia ja viihtyvyyttä voitaisiin parantaa Mikkelin ammattikorkeakoulun Kasarmin kampuksella. Lopuksi arvioin vielä tutkimuksen reliäabeliutta ja validiutta.

### 6.1 Johtopäätökset

Tutkimuksen perusteella voidaan päätellä, että kokkausiltojen suunniteltu konsepti on varsin hyvä. Varsin moni vastaajista saattaisi osallistua kokkausiltoihin. Jos oletetaan

kyselyn perusteella, että noin kolmannes opiskelijoista olisi oikeasti kiinnostunut osallistumaan, tarkoittaisi tämä noin 4000 opiskelijasta noin 1300 opiskelijaa. kokkausiltoihin voidaan ottaa kerrallaan korkeintaan noin 20 opiskelijan ryhmä. Jos kokkausiltoja järjestetään kerran viikossa 20 opiskelijalle kerrallaan ja halukkaita on 1300 me-  
nee yli vuosi ennen kuin kaikki halunneet ovat päässeet kokkausiltaan.

Hintaan varsin moni oli tyytyväinen. Luonnollista on, että monen mielestä hinta on liian korkea. Hintaa kysyttäessä oli ehdotettu hinta mikä tahansa hyvin harva pitää sitä ainakaan liian halpana. Ne joiden mielestä hinta oli liian kova saivat ehdottaa omasta mielestään sopivaa hintaa. Monen mielestä sopivampi hinta olisi noin 10-15 euroa. Parantaisen (2007, 186) asiakas vetoaa liian korkeaan hintaan silloin, kun ei ymmärrä tuotteen hyötyjä. Tässäkin tapauksessa kyse voi olla osittain tästä. Kokkausilloissa voi oppia laittamaan jotain ruokaa, mitä ei muuten tulisi edes miettineeksi. Lisäksi voi samalla olla hauskaa. Vastaajat ovat opiskelijoita, joten 20 euroa on luonnollisesti varsin iso raha. Kokkausilloista aiheutuu kuitenkin kuluja Tallille, kokille pitää mak-  
saa, tilat maksaa ja ennen kaikkea raaka-aineet maksavat. 20 euroa on kaiken kaikkiaan varsin edullinen hinta tällaisesta tapahtumasta. Pirkanmaan martat veloittavat esi-  
merkiksi vastaavanlaisista kursseista 450 euroa 10 hengen ryhmältä eli 45 euroa hen-  
kilöltä. (Marttaliitto 2012).

Ajankohdassa yksi nousi ylitse muiden. Arki-illat saivat yli 70 prosentin kannatuksen. Lauantaiden saamaan huonoon suosioon voi olla syynä se, että monet opiskelijat ovat muilta paikkakunnilta kotoisin ja viettävät viikonloppunsa kotipaikkakunnillaan. Ilta-  
päivät taas saattavat tulla turhan nopeasti koulupäivän perään. Lisäksi monella on ilta-  
päivisin tunteja. Paras päivä viikolla kokkausilloille voisi olla keskiviikko, koska sil-  
loin on yleensä tarjolla jonkinlaisia opiskelijabileitä, joiden etkoina kokkausillat voisi-  
vat toimia.

Ruokateema asia on varmasti kokkausiltojen hankalin kysymys. Mitä ruokia opiskeli-  
jat haluaisivat valmistaa näissä kokkausilloissa? Kyselyn perusteella vaikuttaa siltä,  
että erilaiset tapahtumaruoat ovat ainakin varma valinta, joiden pitäisi houkutella vä-  
keä. Tähän saattaa vaikuttaa se, että kyselyn pyöriessä Oktoberfest oli esillä. Myös  
erialiset juhlaruoat olivat suosittuja, joka saattaa osaltaan johtua osittain joulun lähei-  
syydestä. Eri maiden ruoista esiin nousivat Aasialaiset ruoat ja suomalainen ruoka,  
joka oli erityisesti ulkomaalaisten vastaajien suosiossa. Aasialaiset ruoat ovat Suomes-

sa kaikista tunnetuimpia eksoottisten maiden ruoista, joten on varsin odotettua että ne nousivat suosituimmiksi vaihtoehtoiksi. Kiinalaisia ravintolaita on Mikkeliissä laskutavasta riippuen kaksi tai kolme. Kaikki tuntevat japanilaisen sushin. Kaakkoisaasiainen ruoka on myös muodikasta tällä hetkellä.

Ruoassa selkeästi eniten merkitsee odotetusti maku. Toiselle sijalle nousi hinta, joka on ymmärrettävää kun kyse on suhteellisen vähän ansaitsevista opiskelijoista. Hinta tuskin nousee toiseksi merkittävimmäksi tekijäksi varakkaampien henkilöiden joukosta.

Monet olivat kiinnostuneita yhdistämään viinin maistelua kokkausiltoihin, joten halukkaille kannattaa varmasti tarjota mahdollisuutta kokkausillan yhteydessä maistella valmistettavaan ruokaan sopivia viinejä. Toiseksi suosituimmaksi tässä kysymyksessä nousi ruokaa luonnossa vaihtoehto. Tätä voi pitää ehkä hieman yllättävänä, mutta toisaalta kiinnostus luontoa ja ekologisuuutta kohtaan on noussut viime aikoina. Voisikin olla aiheellista suunnitella tällainen jollekin laavulle tai kodalle sijoittuva kokkausilta.

Kampusalueen vapaa-ajan palvelut osoittautuivat tärkeiksi opiskelijoiden mielestä viihtyvyyden kannalta. Vapaa-aika ja erityisesti mielekäs vapaa-aika on keskeisimpiä asioita nuorten hyvinvoinnin kannalta. (Myllyniemi 2009, 3.) Kasarmin kampuksella vapaa-ajan palvelut ovat varsin hyvällä tolalla, sillä varsin harva kaipasi kampukselle uusia vapaa-ajan palveluita. Tähän kysymykseen jotkut vastasivat olevansa tyytyväisiä nykyisiin palveluihin, vaikka kysyttiin nimenomaan uusista palveluista. Ohjattua liikuntaa kaipasivat jotkut, mutta en usko että nämä henkilöt ovat täysin selvillä nykyisestä tarjonnasta, joka on varsin kattava.

Keräsin arvontalomakkeessa listan henkilöistä, jotka ovat kiinnostuneita saamaan sähköpostilla tietoja kokkausilloista. Tätä listaa voi hyödyntää lähettämällä heille tietoja kokkausilloista ja yrittää koota vaikka heidän joukostaan osallistujat ensimmäiseen kokkausiltaan. Studentia kannattaa luonnollisesti käyttää kokkausiltojen markkinointiin, mutta ei kannata unohtaa myöskään sosiaalista mediaa. Myös harkitsemisen arvoinen idea voisi olla ottaa yhteyttä opiskelijatuutoreihin ja koittaa saada heidät kartoittamaan kiinnostusta tuutoroitaviensa keskuudessa ja kerätä ryhmä kokkausiltaa, mikäli tarpeeksi kiinnostusta löytyy. Kokkausillat voisivat olla hyvä paikka luoda ryhmähenkeä uusien opiskelijoiden keskuudessa.

## 6.2 Tutkimuksen reliaabelius ja validius

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen tulosten toistettavuutta ja tarkkuutta. Luotettavan tutkimuksen tunnusmerkki on sen toistettavuus. Tutkimuksen tulokset ovat siis toistettavissa niin, että jos joku tekee samanlaisen tutkimuksen hän saa myös vastaavanlaiset tulokset. Tulokset ovat toistettavissa vain samanlaisissa olosuhteissa, ei välttämättä toiseen aikaan tai toisessa kulttuurissa. Tutkimusta tehdessä on oltava kokoajan tarkkana ja kriittinen virheiden välttämiseksi. (Heikkilä 2010, 30.)

Jos otoskoko on liian pieni tulokset ovat sattumanvaraisia, eikä näin ollen ole yleistettävissä. Varsinkin kyselytutkimuksissa on syytä olla tarkkana otoskoon kanssa, koska vastausprosentti jää yleensä varsin alhaiseksi. Luotettavat tulokset vaativat myös edustavaa kohderyhmää. Kohderyhmän on edustettava koko perusjoukkoa. (Heikkilä 2010, 30–31.)

Validius eli pätevyys on tutkimusta arvioitaessa toinen oleellinen asia. Validiteetissa lähdetään siitä, että tutkimuksen tulee selvittää sitä, mitä oli alun perin tarkoituskin. Jos ei ole olemassa tarkkoja suunnitelmia, mitä tutkii, tutkii helposti vääriä asioita. Jotta tutkimus olisi validi, tulee käyttää valideja mittareita. Tutkimuksen kysymysten tulee kattaa koko tutkimusongelma ja olla lisäksi yksiselitteisiä. Hyvä tutkimus on validin ja reliaabeliuden lisäksi myös objektiivinen, tehokas ja taloudellinen, avoin, hyödyllinen ja käyttökelpoinen toteutettu sopivalla aikataululla tietosuojasta huolehtien. (Heikkilä 2010, 29–32.)

Oman tutkimukseni luotettavuutta voidaan pitää ainakin jossain määrin kyseenalaisena johtuen vähäisestä vastausmäärästä. Vaikka kysely lähetettiin koko perusjoukolle, vai harvat vastasivat ja näin ollen otosko jäi varsin pieneksi verrattuna perusjoukkoon. Tutkimuksen perusjoukko oli noin 4000 henkilöä, joten luotettaviin tuloksiin olisi vaadittu vähintään noin 300 vastausta. Varsinkin ulkomaalaisten opiskelijoiden vastaajamäärä jäi pieneksi, joten niistä ei yksistään voi mitään johtopäätöksiä tehdä.

Suomen- ja englanninkielisessä kyselyssä oli myös vähän tahattomia eroavaisuuksia, jotka hieman heikentävät tai saattavat ainakin kyseenalaiseksi tutkimuksen luotettavuuden. Nämä eroavaisuudet eivät kuitenkaan vaikuttaneet merkittävästi vastauksiin ja niiden analysointiin. Mielestäni kysely oli muuten selkeä ja kysymykset ymmärret-

tiin oikein. Aineisto oli jo valmiiksi sähköisessä muodossa, joten mitään vääristymiä tulosten analysoinnissa ei luultavasti tapahtunut. Mielestä tutkimus vastasi tutkimusongelmaan.

## 7 PÄÄTÄNTÖ

Opinnäytetyön kirjoitus oli kokonaisuudessaan varsin pitkä prosessi kestäen toukuusta 2012 aina saman vuoden marraskuun loppuun asti. Prosessin alkuvaiheessa eteneminen oli varsin verkkaista. Loppua kohden määräajan lähestyessä tahtikin tiheni.

Viitekehityksen kokoaminen osoittautui odottamaani haastavammaksi. Varsinkin toisen luvun sisällön koostaminen osoittautui haastavaksi. Myös sopivan lähdeaineiston haalliminen oli varsin haastavaa. Opiskelijoiden ja erityisesti ammattikorkeakoulu opiskelijoiden hyvinvoinnista löytyy varsin vähän tietoa.

Työn tarkoituksena oli selvittää, millaisia kokkausiltoja Ravintola Tallin tulisi järjestää Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Toinen tarkoitus oli myös hieman selvittää, miten vapaa-ajan palveluita voisi Kasarmin kampuksella parantaa, sekä mikä merkitys kampuksen vapaa-ajan palveluilla on opiskelijoiden viihtyvyyteen. Kysely osoitti, että kokkausilloille kaavailtu formaatti on toimiva ja kysyntääkin mitä todennäköisimmin tulee olemaan riittävästi.

Kyselyn tulokset eivät anna täysin luotettavaa kuvaa kokkausiltojen kysynnästä ja muista tutkituista asioista, koska vastaajamäärä jäi melko vaatimattomaksi. Etenkin ulkomaalaisten opiskelijoiden vastausmäärä jäi erittäin pieneksi. Suomen- ja englanninkieliseen kyselyyn tuli myös tahattomia eroavaisuuksia, jotka heikentävät myös kyselyn luotettavuutta.

Toivon, että Tallin kokkausillat saavuttavat suosiota opiskelijoiden keskuudessa. Olin itsekin ollut luultavasti kiinnostunut, jos niitä olisi ollut minun aikani tarjolla. Toivottavasti tästä työstä on jotain hyötyä asian suhteen.



## LÄHTEET

Grönroos Christian 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. Helsinki: WSOY.

Haapala, Anu 2011. Opetussuunnitelman kehittäminen ja pedagoginen hyvinvointi. Teoksessa Nykänen, Marjo (toim.) Osaamisen palapeli. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu, 121–135.

Heikkilä, Tarja 2010. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Jaakkola, Elina, Orava, Markus & Varjonen, Virpi 2007. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua. Helsinki: Tekes

Kim, W. Chan & Mauborgne, Renée 2005. Blue ocean strategy: how to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard Business School Press.

Kinnunen, Ritva 2004. Palvelun suunnittelu. Vantaa: WSOY.

Lappalainen, Kristiina, Hotulainen, Risto, Kuorelahti, Matti & Thuneberg, Helena 2008. Vahvuuksien tunnistaminen ja tukeminen sosio-emotionaalista kompetenssia rakentamassa. Teoksessa Lappalainen, Kristiina, Kuittinen, Matti & Meriläinen, Matti (toim.) Pedagoginen hyvinvointi. Turku: Suomen Kasvatustieteellinen Seura, 111–131.

Lämsä, Anna-Maija & Hautala, Taru 2005. Organisaatiokäyttäytymisen perusteet. Helsinki: Edita Prima Oy.

Marttaliitto 2012. Tilauskurssit – Marttaliitto. WWW-dokumentti. [http://www.martat.fi/jarjesto/alueellinen\\_toiminta/pirkanmaa/tilauskurssit/](http://www.martat.fi/jarjesto/alueellinen_toiminta/pirkanmaa/tilauskurssit/). Ei päivitystietoa. Luettu 30.11.2012

Meriläinen, Matti, Lappalainen, Kristiina & Kuittinen Matti 2008. Pedagogiikan ja hyvinvoinnin suhde. Teoksessa Lappalainen, Kristiina, Kuittinen, Matti & Meriläinen, Matti (toim.) Pedagoginen hyvinvointi. Turku: Suomen Kasvatustieteellinen Seura, 111–131.

Mikkelin ammattikorkeakoulu 2012. MAMK – Sinne on päästävä. WWW-dokumentti. [http://www.mamk.fi/mamk\\_](http://www.mamk.fi/mamk_). Ei päivitystietoa. Luettu 23.11.2012

Myllyniemi, Sami 2009. Aika vapaalla. PDFdokumentti. [http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Nuoriso/nuorisoasiain\\_neuvottelukunta/julkaisut/muut\\_tutkimukset/Aika\\_vapaalla\\_-\\_Nuorten\\_vapaa-aikatutkimus\\_2009.pdf](http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Nuoriso/nuorisoasiain_neuvottelukunta/julkaisut/muut_tutkimukset/Aika_vapaalla_-_Nuorten_vapaa-aikatutkimus_2009.pdf). Ei päivitystietoa. Luettu 29.11.2012

Parantainen, Jari 2007. Tuotteistaminen. Rakenna palvelutuote 10 päivässä. Helsinki: Talentum Media.

Rauramo, Päivi 2004. Työhyvinvoinnin portaat. Helsinki: Edita Publishing Oy

Ravintola Talli 2012a. Talli ennen ja nyt. WWW-dokumentti.  
[http://www.ravintolatalli.fi/etusivu/talli\\_ennen\\_ja\\_nyt](http://www.ravintolatalli.fi/etusivu/talli_ennen_ja_nyt). Ei päivitystietoa. Luettu 23.11.2012

Ravintola Talli 2012b. Talli ja restonomikoulutus. WWW-dokumentti.  
[http://www.ravintolatalli.fi/etusivu/talli\\_ennen\\_ja\\_nyt/talli\\_ja\\_restonomikoulutus](http://www.ravintolatalli.fi/etusivu/talli_ennen_ja_nyt/talli_ja_restonomikoulutus). Ei päivitystietoa. Luettu 23.11.2012

Sipilä, Jorma 1995. Asiantuntija palvelujen tuotteistaminen. Helsinki: WSOY

Sosiaali- ja terveysministeriö 2006. Opiskeluterveydenhuollon opas. Sosiaali. Ja terveysministeriön julkaisuja 12. Helsinki

Tapaninen, Annika, Kauppinen Tapani, Kivinen, Kirsti, Kotilainen Helinä, Kurenniemi, Marja & Pajukoski, Marja 2002. Ympäristö ja hyvinvointi. Helsinki: WSOY

Timonen, Päivi 2005. Kuluttajien vapaa-ajan haaveet ja elämysklusteri. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus

Yle 2012. Apple voitti patenttikiistan – Samsung tuomittiin miljardiluokan korvauksiin. Päivitetty 25.8.2012. Luettu 23.11.2012  
[http://yle.fi/uutiset/apple\\_voitti\\_patenttikiistan\\_-\\_samsung\\_tuomittiin\\_miljardiluokan\\_korvauksiin/6269907](http://yle.fi/uutiset/apple_voitti_patenttikiistan_-_samsung_tuomittiin_miljardiluokan_korvauksiin/6269907)

Ylikännö, Minna 2011. Sopivasti työtä ja vapaa-aikaa?. PDFdokumentti.  
<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/27398/Tutkimuksia117.pdf?sequence=2>. Ei päivitystietoa. Luettu 28.11.2012

Zacheus, Tuomas 2008. Suomalaiset ja vapaa-aika. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto Tampereen yliopisto

## *Tallin kokkausillat*

### Hyvä vastaaja.

Tämä kysely käsittelee Ravintola Tallin suunnitteilla olevia kokkausilloja, sekä opiskelijoiden viihtyvyyttä Mikkelin ammattikorkeakoulun Kasarmin kampuksella. Kysely on suunnattu Mamkin opiskelijoille. Kyselyyn vastamiseen menee vain muutama minuutti.

Kyselyn tuloksia käytetään kahteen opinnäytetyöhön. Kyselyyn vastanneiden ja yhteystietojensa antaneiden kesken arvotaan Ravintola Tallin lounaslahjakortteja. Kyselyn vastauksia ja vastaajia ei voida yhdistää toisiinsa.

### Taustatietoja

#### Sukupuoli



Mies



Nainen

#### Ikä



2 merkkiä jäljellä

#### Oletko?



päiväopiskelija



aikuisopiskelija



avoimen amk:n opiskelija

#### Opiskelujen aloitusvuosi



4 merkkiä jäljellä

Suomenkielinen kysely- ja arvontalomake

**Koulutusala**

- ☐ Humanistinen ja kasvatusala
- ☐ Kulttuuriala
- ☐ Luonnontiede, liiketalous
- ☐ Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala
- ☐ Tekniikka ja liikenne
- ☐ Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

**Kuinka hyvä ruoanlaittaja olet mielestäsi?**

- ☐ 0. En kokkaa
- ☐ 1. Surkea
- ☐ 2. Välttävä
- ☐ 3. Kelvollinen
- ☐ 4. Hyvä
- ☐ 5. Mestarikokki

***Tallin kokkausillat***

**Tallin kokkausillat**

**Tallin kokkausiltojen ideana on, että osallistujat valmistavat itse keittiötiimin ohjeiden ja reseptien sekä ohjauksen avulla illan ateriakokonaisuuden. Kokkaushetken jälkeen valmistetut ruoat nautitaan yhdessä ja keskustellaan kokkauskokemuksista. Kokkausillan hinta tulisi olemaan noin 20 euroa valmistettavasta ateriakokonaisuudesta riippuen.**

**Kuinka todennäköisesti osallistuisit opiskelijoille suunnattuun Tallin kokkausiltaan?**

- ☐ 1. En varmasti
- ☐ 2. Todennäköisesti en
- ☐ 3. En osaa sanoa

**Suomenkielinen kysely- ja arvontalomake**

- ☐ 4. Saattaisin osallistua
- ☐ 5. Varmasti osallistuisin

**Jos kokkauillan hinta olisi 20 euroa. Olisiko se**

- ☐ halpa hinta
- ☐ sopiva hinta
- ☐ kallis hinta

**Jos 20 euroa on liian halpa tai kallis hinta, mikä olisi mielestäsi sopiva hinta kokkausilloille?**

**Mikä olisi mielestäsi paras ajankohta kokkausilloille?**

- ☐ Arki-iltapäivä
- ☐ Arki-ilta
- ☐ Lauantai

**Minkälaisia ruokia olisit kiinnostunut valmistamaan kokkausilloissa?  
Valitse 3 eri vaihtoehtoa**

- ☐ Juhlaruokia (joulu, pääsiäinen)
- ☐ Tapahtumaruokia (oktoberfest, halloween, laskiainen, ystävänpäivä, vappu)
- ☐ Terveysruokia
- ☐ Iltapalaruokia
- ☐ Pieniä sorminsyötyä cocktail tarjottavia
- ☐ Jälkiruokia
- ☐ Lähi- ja luomuruokia
- ☐ Afrikkalaisia ruokia
- ☐ Amerikkalaisia ruokia

**Suomenkielinen kysely- ja arvontalomake**

- ☐ Australialaisia ruokia
- ☐ Kaakkois-Aasialaisia ruokia
- ☐ Kiinalaisia ruokia
- ☐ Japanilaisia ruokia
- ☐ Suomalaisia ruokia
- ☐ Venäläisiä ruokia
- ☐ Jotain muuta, mitä?

**Mitä arvostat eniten ruoassa? Valitse 2 tärkeintä.**

- ☐ eettisyys
- ☐ ekologisuus
- ☐ maku
- ☐ hinta
- ☐ ulkonäkö
- ☐ helppous
- ☐ alkuperä

**Olisitko kiinnostunut yhdistämään kokkauskiltoihin? Voit valita useamman vaihtoehdon.**

- ☐ viinitastingin
- ☐ tosi-tv -kuvausta (Campus-tv)
- ☐ ruokaa luonnossa -illan kodalla tai laavulla
- ☐ saunomista
- ☐ keilaamista
- ☐ liikuntapalveluita

***Tallin kokkausillat***

**Vapaa-ajanpalvelut Kasarmin kampusalueella**

Suomenkielinen kysely- ja arvontalomake

**Kuinka tärkeänä opiskeluviihtyvyyden kannalta koet kampusalueen vapaa-ajan palvelut?**

- ☐ 1. En olleenkaan tärkeänä
- ☐ 2. En kovinkaan tärkeänä
- ☐ 3. Jokseenkin tärkeänä
- ☐ 4. Todella tärkeänä

**Mitkä seuraavista vapaa-ajan palveluista kiinnostavat sinua eniten kampusalueella? Valitse 2 kiinnostavinta**

- ☐ liikuntasali palvelut
- ☐ kuntosalipalvelut
- ☐ Keilahallin palvelut
- ☐ DeXi-stagepalvelut
- ☐ kokkausillat Tallissa
- ☐ lehtienlukusalin/kirjaston palvelut
- ☐ kerhotoiminta (opiskelijayhdistykset)
- ☐ kahvila- ja ruokapalvelut iltaisin

**Mitä vapaa-ajan palveluita haluaisit lisää kampusalueelle?**

***Arvonta***

**1. Osallistuaksesi arvontaan, täytä yhteystietosi alla oleviin kohtiin. Voittajiin otetaan yhteyttä henkilökohtaisesti.**

Etunimi

**LIITE 1 (6).**

**Suomenkielinen kysely- ja arvontalomake**

Sukunimi

Matkapuhelin

Sähköposti

**2. Minulle saa lähtettää sähköpostia Ravintola Tallin kokkausilloista.**

☐ Kyllä

☐ Ei



## ***Cooking Nights Of Restaurant Talli***

### **Good respondent.**

This is a survey about upcoming cooking nights of the Restaurant Talli and student satisfaction at the Mikkeli University of Applied Sciences Kasarmi campus. This survey is intended for students of the MUAS. Answering the survey will only take few minutes. Results of the survey will be used for two theses. All respondents that leave their contact information will take part in a draw to win lunch vouchers to Restaurant Talli.

### **Background information**

#### **Sex**

- ☐ Male
- ☐ Female

#### **Age**

A small graphical interface for selecting an age range. It consists of a grid of four squares. The top-left square is selected and highlighted with a blue border. The other three squares are unselected. The interface is part of a larger survey form.

#### **Are you**

- ☐ Exchange student
- ☐ Degree student

#### **Nationality?**

A small graphical interface for selecting a nationality. It consists of a grid of four squares. The top-left square is selected and highlighted with a blue border. The other three squares are unselected. The interface is part of a larger survey form.

#### **Degree programme?**

- ☐ Business management

**Englanninkielien kysely- ja arvontalomake**

- ☐ Environmental engineering
- ☐ Information technology
- ☐ Something else, what

**How good cook you see yourself?**

- ☐ 0. I don't cook
- ☐ 1. Disastrous
- ☐ 2. Inadequate
- ☐ 3. Passable
- ☐ 4. Brilliant
- ☐ 5. Master Chef

## ***Cooking Nights Of Restaurant Talli***

### **Cooking Nights**

The idea of cooking nights is that the participants cook evenings dish by their self with the help and recipe of the chef. After cooking the dishes will be enjoyed together discussing cooking experiences. The price of the cooking night will be approximately 20 euro.

### **How likely would you take part in cooking nights?**

- ☐ 1. Won't be taking part
- ☐ 2. Unlikely
- ☐ 3. I can't say
- ☐ 4. Likely
- ☐ 5. Count me in

### **If cooking nigths costed 20 euros would it be?**

- ☐ 1. Too Cheap
- ☐ 2. Appropriate price
- ☐ 3. Too expensive

### **If you think 20 euros is too cheap or expensive what would be appropriate price?**

### **What would be the best time for cooking nights?**

- ☐ Weekday afternoon
- ☐ Weekday evening
- ☐ Saturday

Englanninkielien kysely- ja arvontalomake

**What kind of dishes would you be interest in cooking at cooking nights? Choose 3 alternatives.**

- ☐ Festive foods (Christmas, Easter)
- ☐ Event dishes (Oktoberfest, Halloween, Valentines day)
- ☐ Health foods
- ☐ A small cocktail food to eat with your fingers
- ☐ Desserts
- ☐ Local and organic food
- ☐ African Foods
- ☐ American foods
- ☐ Autralian foods
- ☐ Southeast Asian foods
- ☐ Chinese foods
- ☐ Japanese foods
- ☐ Finnish foods
- ☐ Russian foods
- ☐ Something else, what?

**What do you value most in food? Choose 2 most important.**

- ☐ Ethicality
- ☐ Ecologicality
- ☐ Taste
- ☐ Price
- ☐ Appearance
- ☐ Easy to make
- ☐ Country of origin

**Would you be interested in combining some of the below to cooking nights?**

**Englanninkielien kysely- ja arvontalomake**

- ☐ Wine tasting
- ☐ Reality-TV shooting (Campus-tv)
- ☐ Food in the nature –evening in a hut or a den
- ☐ Sauna
- ☐ Bowling
- ☐ Sport activities
- ☐ Something else, what?

***Cooking Nights Of Restaurant Talli***

**Leisure facilities at Kasarmi Campus area**

**In terms of study satisfaction how important do you consider the free time activities in the Campus area?**

- ☐ 1. Not important at all
- ☐ 2. Not particulaly important
- ☐ 3. Fairly important
- ☐ 4. Important

**Which of these free time activities in the campus do you consider the most interesting? Choose 2 most interesting.**

- ☐ Sports hall activities
- ☐ Gym
- ☐ Bowling
- ☐ DeXi-stage
- ☐ Cooking nights at Talli
- ☐ Library services
- ☐ Student Association activities
- ☐ Cafeteria and catering services in the evenings

**What new free time activities would you like to have in the campus?**



***Draw***

**If you wan't to take part in the draw to win lunch vouchers to Talli leave your contact information.**

First name

Last name

Telephone

Email

**Restaurant Talli can send me information regarding the cooking nights via email.**

☐

Yes

☐

No

**TAULUKKO 1. Vastaajan sukupuoli**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Mies	31	27,2	27,4
Nainen	82	71,9	72,6
Vastanneita	113	99,1	100,0
Ei vastausta	1	,9	
Kaikki	114	100,0	

**TAULUKKO 2. Vastaajan kansallisuus**

	Lukumäärä	Prosenttia
Suomi	98	86,0
Venäjä	12	10,5
Kiina	1	,9
Vietnam	1	,9
Iran	1	,9
Ukraina	1	,9
Yhteensä	114	100,0

**TAULUKKO 3. Vastaajan ikä**

	Lukumäärä	Prosenttia
Alle 19 vuotta	5	4,4
19–20 vuotta	18	15,8
21–23 vuotta	44	38,6
24–30 vuotta	29	25,4
31–40 vuotta	7	6,1
Yli 40 vuotta	11	9,6
Yhteensä	114	100,0

**TAULUKKO 4. Vastaajan rooli**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Päiväopiskelija	86	75,4	76,1
Aikuisopiskelija	11	9,6	9,7
Tutkintoon johtava vieraskielinen koulutus	15	13,2	13,3
Vaihto-opiskelija	1	,9	,9
Yhteensä	113	99,1	100,0
Ei vastausta	1	,9	
Kaikki	114	100,0	

**TAULUKKO 5. Vastaajan opintojen aloitusvuosi**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
2008	3	2,6	3,1
2009	13	11,4	13,3
2010	33	28,9	33,7
2011	27	23,7	27,6
2012	22	19,3	22,4
Yhteensä	98	86,0	100,0
Ei vastausta	16	14,0	
Kaikki	114	100,0	

**TAULUKKO 6. Vastaajan koulutusala**

	Lukumäärä	Prosenttia
Humanistinen ja kasvatusala	8	7,0
Kulttuuriala	12	10,5
Luonnontieteet, liiketalous	37	32,5
Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala	25	21,9
Tekniikka ja liikenne	16	14,0
Matkaliu-, ravitsemis- ja talousala	16	14,0
Yhteensä	114	100,0



**TAULUKKO 7. Vastaajan mielipide omasta ruoanlaitto taidostaan**

	Lukumäärä	Prosenttia
Surkea	3	2,6
Välttävä	12	10,5
Kelvollinen	51	44,7
Hyvä	45	39,5
Mes- tarikokki	3	2,6
Yhteensä	114	100,0

**TAULUKKO 8. Osallistumishalukkuus Tallin kokkausiltoihin**

	Lukumäärä	Prosenttia
En varmasti	4	3,5
Todennäköisesti en	39	34,2
En osaa sanoa	23	20,2
Saattaisin osallistua	44	38,6
Varmasti osallistui- sin	4	3,5
Yhteensä	114	100,0

**TAULUKKO 9. Mielipiteet 20 euron hinnasta kokkausillalle**

	Lukumäärä	Prosenttia kaikista	Prosenttia vastanneista
Halpa hintra	2	1,8	1,8
Sopiva hinta	46	40,4	40,7
Kallis hinta	65	57,0	57,5
Yhteensä	113	99,1	100,0
Ei vastausta	1	,9	
Kaikki	114	100,0	

**TAULUKKO 10. Paras ajankohta kokkaussilloille**

	Lukumäärä	Prosenttia
Arki- iltapäivä	14	12,3
Arki-ilta	78	68,4
Lauantai	22	19,3
Yhteensä	114	100,0

**TAULUKKO 11. Kiinnostus eri ruokateemoja kohtaan**

	Vastauksia	Prosenttia vastanneista (114)
	Kpl	
Juhlaruokia	35	30,7%
Tapahtumaruokia	47	41,2%
Terveysruokia	30	26,3%
Iltapalaruokia	12	10,5%
Sormisnsyötäviä cocktail ruokia	32	28,1%
Jälkiruokia	31	27,2%
Lähi- ja luomuruokia	15	13,2%
Afrikkalaisia ruokia	15	13,2%
Amerikkalaisia ruokia	12	10,5%
Australialaisia ruokia	8	7,0%
Kaakkois-Aasialaisia ruokia	20	17,5%
Kiinalaisia ruokia	25	21,9%
Japanilaisia ruokia	17	14,9%
Suomalaisia ruokia	21	18,4%
Venäläisiä ruokia	10	8,8%
Muita	9	7,9%
Vastauksia yhteensä	339	

**TAULUKKO 12. Tärkeintä ruoassa**

	Vastauksia	Prosenttia vastanneista
	kpl	
Eettisyys	6	5,3%
Ekologisuus	12	10,5%
Maku	104	91,2%
Hinta	43	37,7%
Ulkonäkö	24	21,1%
Helppous	22	19,3%
Alkuperä	15	13,2%
Vastauksia yhteensä	226	

**TAULUKKO 13. Kiinnostus eri aktiviteettien yhdistämisestä kokkaussiltoihin**

	Vastauksia	Prosenttia vastanneista
	kpl	
Viinitasting	81	73,6%
Tosi-tv kuvaus	12	10,9%
Ruokaa luonnossa – ilta	42	38,2%
Saunominen	26	23,6%
Keilaus	37	33,6%
Liikuntapalveluita	28	25,5%
Vastauksia yhteensä	226	

**TAULUKKO 14. Vapaa-ajan palveluiden merkitys opiskeluviihtyvyydelle**

	Lukumäärä	Prosenttia
En ollenkaan tärkeänä	3	2,6
En kovinkaan tärkeänä	18	15,8
Jokseenkin tärkeänä	66	57,9
Todella tärkeänä	27	23,7
Yhteensä	114	100,0

**TAULUKKO 15. Kiinnostavimmat vapaa-ajan palvelut Kasarmin kampuksella**

	Vastauksia	Prosenttia vastauksista
	kpl	
Liikuntasali palvelut	38	33,9%
Kuntosalipalvelut	39	34,8%
Keilahallin palvelut	29	25,9%
Dexi-stagepalvelut	17	15,2%
Kokkausillat Tallissa	23	20,5%
Lehtienlukusa- lin/kirjaston palvelut	30	26,8%
Kerhotoiminta (opiske- lijayhdistykset)	15	13,4%
Kahvila- ja ruokapal- velut iltaisin	29	25,9%
Vastauksia yhteensä	220	